

Гандлёвая торговая газета

TRADE GAZETTE

8 снежня 1994г. ■ № 10

Кошт у розніцу - 100 руб.

В Кабинете Министров РБ

Население волнуется, зато спокоен МВФ

Итак, более чем трехнедельное "перетягивание каната" — цены в одну сторону, президентская команда в другую — закончилось полным и бесславным опрокидыванием последней. Со вчерашнего дня все цены, включая ранее фиксированные на хлеб, мясо и молоко, отпущены на свободу. Теперь уже бесповоротно, в чем и заверил журналистов на пресс-конференции в минувший понедельник премьер-министр М.Чигирь. Правда, по его словам, эти цены будут "гулять" на первых порах под наблюдением Кабинета Министров, дабы чересчур не шалили. Хотя сам по себе механизм такого наблюдения и свобода уже нонсенс: свобода, она либо есть, либо ее нет.

Впрочем, это уже не суть важно. Для каждого из нас важнее изменения в ценниках. Так вот, вчера подорожали в среднем: молоко и молочные продукты на 50%, хлебобулочные изделия — на 30, говядина — на 20 и свинина — на 30 процентов. "Я считаю, что это самое минимальное повышение цен, которое могло произойти в сложившейся экономической ситуации", — сказал глава правительства как бы в утешение всем нам. (Надо полагать, не все еще позади.) И посетовал на то, что зачастую простые люди проявляют больше понимания подобных правительственных мер, нежели журналисты.

Тем не менее возникает, скажем, такой резонный вопрос: как понимать повышение цен до определенной процентной планки, т.е. их фиксирование, и одновременное декларирование рыночной свободы? Вице-премьер В.Гаркун объяснил критерии определения вышеназванных средних цифр тем, что правительство исходило из сложившейся себестоимости отдельных видов сельхозпродукции. Рентабельность производства молока, например, составляет минус сорок процентов, мяса — 20 с тем же минусом. И нынешняя ценовая политика (и расчеты тоже) строились на том, чтобы хоть как-то заинтересовать производителя.

Кроме желания как можно быстрее покрыть таким образом затраты сельского хозяйства в производстве продуктов питания, нашим правительством обуревало и стремление продемонстрировать свою позицию в области ценообразования и вообще преобразований в экономике перед Международным валютным фондом. Ведь после силового отката цен в ноябре там прекратили с нами разговаривать. Поэтому уже в понедельник соответствующие документы были подписаны и направлены в МВФ, и, думается, диалог возобновится.

Этим тоже объясняется спешка с повышением цен. Кроме всего прочего, правительство обеспокоилось тем, что за месяц ценовой "благодати" населением было получено и не отоварено 103 млрд. белорусских "зайчиков".

Еще одна статья расходов ударит по нашему семейному бюджету с 25 декабря с.г. В 7 раз повышается квартплата. В 5,5 раза больше мы будем платить за теплоэнергию и горячую воду, в 2,5 раза — за водопровод, электроэнергию — в 1,5 (столько же за газ), за канализацию — в 2 раза. Вице-премьер М.Мясникович назвал это решение правительства "упорядочением оплаты за жилье и коммунальные услуги". С экономической точки зрения эти меры, конечно же, не оправданы: сегодня населением оплачивается лишь 3—5% стоимости жилья и коммунальных услуг. Но как быть тому, у кого и без этих подорожаний карман совсем прохудился, сможет ли он рассчитаться за жилье и "коммуналку"?

"Сможет с помощью субсидий государства, предусмотренных постановлением Кабинета Министров", — заверяет М.Мясникович. Эту безналичную субсидию будут получать те, у кого расходы на оплату жилья и коммунальных услуг будут превышать 15% совокупного денежного дохода. Иными словами, расходы семьи выше этого порога государство берет на себя. При этом в расчет будет браться только нормативное обеспечение по квадратным метрам и услугам. Обладателей больших доходов и больших квартир этот порог не коснется — платить они будут сполна.

Василий РОЩИН

Лицом к заводским столовым

1 декабря состоялось заседание межведомственной рабочей группы по организации общественного питания на производственных предприятиях.

На заседание группы были приглашены представители Верховного Совета, министерств экономики, финансов, Федерации профсоюзов, основных промышленных министерств, Белорусской научно-промышленной ассоциации.

Члены группы ознакомились с организацией общественного питания на ПО "Атлант", заводе им.Вавилова, ПХК "Белторгреклама" и торговом доме "На Немиге".

На пленарном заседании были обсуждены вопросы улучшения организации питания и его удешевления на производстве, сдерживания роста цен, недопущения закрытия сети заводских столовых.

На заседании были выработаны рекомендации по дальнейшему функционированию общественного питания. Министерствам и ведомствам было поручено:

Принять исчерпывающие меры, не допускающие ликвидации, закрытия на производственных предприятиях объектов общественного питания (столовых, буфетов, магазинов кулинарии, специализированных предприятий).

В целях сдерживания роста цен и достижения доступного уровня цен для работающих и широкого круга населения по опыту столовой минского завода им.Вавилова установить учет и строжайший режим экономии электро- и теплоэнергии, воды и других прямых и косвенных расходов предприятий общественного питания, а также обеспечить рациональное использование материально-технической базы, сырья, транспортных средств, трудовых ресурсов.

В течение 2-х недель проанализировать на коллегиях, советах, правлениях состояние общественного питания на заводах и фабриках, принять меры под личную ответственность руководителей, не допускающие закрытия или ликвидацию предприятий общественного питания, сокращения предоставляемых населению услуг.

Формировать взаимоотношения между производственными предприятиями и структурами общественного питания на взаимовыгодной договорной основе.

Руководству производственных предприятий и органов государственного регулирования торговлей на местах:

С учетом опыта заводов им.Вавилова, ПО "Атлант" использовать внутренние резервы столовых по увеличению объемов выпуска продукции собственного производства, снижению издержек, обеспечению продукцией магазинов розничной торговли, использованию предприятий в вечернее время для работы по более высокой категории, открывая рестораны, коммерческие магазины и отделы по продаже товаров первой необходимости.

Проработать возможность увеличения выпуска в заводских столовых кондитерских, кулинарных изделий, продукции цехов по копчению, многосменному использованию оборудования, производственных мощностей, трудовых ресурсов и сокращения издержек.

Для обеспечения рационального питания рабочих и служащих и сдерживания роста цен руководителям столовых производственных предприятий:

При составлении меню использовать право предприятий общественного питания в разработке и применении технологической документации в части уменьшения норм отпуска блюд.

В меню столовых, обслуживающих работающих на производстве, широко практиковать овощные, крупяные, молочные блюда и т.д.

Меню согласовывать с профкомами производственных предприятий.

Увеличить выпуск булочно-кондитерских изделий с пониженным содержанием сахара. Практиковать обязательное включение в меню горячих напитков без сахара и подачу к этим напиткам сахара по желанию посетителей.

В магазинах, отделах кулинарии организовать прием предварительных заказов на изготовление полуфабрикатов, кулинарных, кондитерских изделий. Обеспечить наличие информации об этом в торговых залах.

Практиковать предоставление дополнительных услуг — обслуживание торжеств на дому, ритуальных обрядов и т.д.

Реализовать рекомендации межведомственной рабочей группы по удешевлению питания рабочих считаем необходимым за счет средств промышленных предприятий путем выдачи талонов на получение завтраков, обедов и ужинов в торговых залах, буфетах, магазинах и отделах кулинарии этих предприятий.

А.БАТУРО,
начальник управления организации общественного питания Минторга РБ

ТАСИС обещает Гомельщине помощь

2 декабря в Гомеле состоялся семинар для директоров приватизированных продовольственных магазинов Гомельской области, посвященный изучению опыта стран Западной Европы в области торговли продовольствием.

В работе семинара приняли участие 150 человек.

Перед собравшимися выступили эксперты программы ТАСИС Европейского Союза, сотрудники британской консультативной фирмы WS ATKINS Владимир Ефимов и Алан Тэйлор.

В перерыве между выступлениями экспертов участникам семинара было предложено заполнить анкету, с помощью которой фирма WS ATKINS сможет лучше спланировать рекомендации для белорусских руководителей приватизированных предприятий розничной торговли продовольственными товарами в будущем.

Анкета состояла из 53 вопросов. Главные из них:

— Что вы ожидаете от приватизации, как оцениваете в связи с ней перспективы вашего предприятия и свои личные?

— Какие знания и навыки хотели бы получить для успешной деятельности в новых условиях?

— В чем вы видите положительный смысл перехода государственного предприятия на статус акционерного или частного?

В заключение господин А.Тэйлор дал исчерпывающие ответы на многочисленные вопросы участников семинара.

Соб.инф.

Детский парламент заседает... в Минторге

Во второй раз собрались на свое заседание участники Детского парламента Беларуси, чтобы поговорить о том, как выполняется Закон "О правах ребенка".

Делегаты были приняты в Министерстве торговли. Во встрече участвовали Т.Кривеня — заместитель министра, Г.Захаров — директор универсама "Центральный", А.Батуро — начальник управления Минторга, В.Тараканова — директор кафе "Бульбяная" и другие. Они рассказали о работе своих коллективов, доступно объяснили проблемы, которые волнуют людей, ответили на вопросы юных парламентариев.

Работники торговли щедро угостили своих гостей фруктами, конфетами, соками и другими вкусными изделиями.

Соб.инф.

СЕГОДНЯ В НОМЕРЕ

О вкусах... спорят

Красиво жить — не запретишь

Магазин **"BOUTIQUE KAMILA"**, который расположен на проспекте Машерова, знаком преуспевающим людям. Здесь продается женская одежда, поставляемая на наш рынок немецкой фирмой "Escada". К зимнему сезону ассортимент одежды в магазине обновился, уже сейчас во многих моделях проявились тенденции европейской моды 1995 года. Об этих направлениях в зимней и летней одежде нам любезно согласилась рассказать продавец магазина Светлана Рукевич. (Заметим, что персонал в такие магазины, как правило, набирают по конкурсу и работники очень дорожат именем фирмы, которую они представляют.)

— Для одежды нынешней зимы характерны спокойные тона, все оттенки зелено-коричневой гаммы. И не только в костюмах, но и в верхней одежде. "Escada" предлагает несколько моделей зимнего пальто. На вид они очень скромны. "Зеленые" наступают и мех прячется. Обыкновенные на вид куртки с подкладкой из меха нутрии спасут молодую даму в любой мороз. Цена зимних вещей колеблется от 200 до 3000 долларов США. Вообще, тенденция "мех — только на подкладку" властвует теперь в Европе. Америка и Азия ей не следуют. В моду вернулись накидки и пончо, в моделях они чуть-чуть отторочены натуральным мехом.

Если в прошлом году костюмы для деловых женщин были различных расцветок, то сейчас преобладают костюмы бежевых тонов. Допустима и клетка. "Escada" уже много лет воплощает концепцию интернациональной моды. В концерне трудятся 18 известных модельеров из 11 стран. Дизайнеры создают одежду, которую можно носить в любой стране, предназначается она разным группам покупательниц. Например, для работающих женщин 30 — 40 лет, для молодых девушек, для дам с изысканным вкусом.

Такой выбор предлагаем и мы. Уверена, что любой женщине понравятся блузки из шелка и вискозы. Кстати, о вискозе. Мы привыкли, что это что-то дешевое и простенькое. Новые варианты этой ткани, созданные на Западе, сулят ей хорошие перспективы. Она мягка, смотрится как шелк, цветочные мотивы на ней просто играют. Думаю, что покупатели оценят эти модели: не за горами уже весна и лето. С такими блузами хорошо будут смотреться элегантные брючки из вискозы и лайкры. Они тонки, но в то же время согреют женщину в холод. Все иностранные производители широко используют лайкру. Разработка фирмы "DuPont" 3 — 5 лет назад произвела революцию в легкой промышленности. В то же время у нас она не внедрилась даже на чулочных фабриках, используется лишь дешевый полиамид.

Кроме того что "Escada" одевает состоятельных женщин, она несет свет настоящей европейской моды с ее натуральными тканями, экологическими идеями. Западная текстильная промышленность испытывает очень жесткую конкуренцию со стороны государств с дешевой рабочей силой. И противопоставляет этому свое высочайшее качество и современный дизайн. В этом можно убедиться, приобретя вещь в магазине "BOUTIQUE KAMILA".

Елена БОБРОВСКАЯ



"ПОДАРКИ" ПО-КРУПНОМУ

На финише года в республике "набирает обороты" приватизация государственной собственности и прежде всего в форме ее аукционной или конкурсной продажи.

Приватизационные аукционы в Бресте и Гродно давно стали систематическими. Примеру этих городов стараются следовать Гомель, Орша, Кобрин. Готовятся к проведению аукционов и конкурсов в Могилеве, Витебске, Пинске, Жлобине.

Как известно, в ряде городов республики непосредственной подготовкой и проведением аукционно-конкурсной продажи объектов коммунальной собственности занималась Западная биржа недвижимости. Как нам сообщил ее президент Михаил Елисеев, биржа в декабре готовится к проведению, можно сказать, серии аукционных торгов. В частности, 15 декабря состоится аукцион в Могилеве. Правда, на него выставляются магазины и другие объекты, находящиеся в Кричеве и Горках. 27 декабря на очередной аукцион в Барановичах, который проводит НПКФ "Валгер" совместно с Западной биржей недвижимости, выставляются на продажу или в аренду свиноооткормочный пункт, складские помещения, торговые площади девяти торговых предприятий (магазинов), большинство которых находится в центральной части города. Здесь же на аукционной основе будет осуществлен подбор застройщиков земельных участков магазинами и индивидуальными жилыми домами.

Бизнесменам предоставляется возможность накануне Нового года приобрести себе "подарок" также и на конкурсе-аукционе в Молодечно, где 29 декабря объектами торгов станут известный в городе ресторан "Старый замок", магазин и другие лоты.

Необычный аукцион будет проведен биржей в Минске. Здесь 22 декабря впервые участники аукциона могут приобрести жилье: недостроенные коттеджи под Минском (продавец обязуется их достроить), жилые дома и одно-трехкомнатные квартиры в различных районах г.Минска. Очевидно, аукцион заинтересует и тех, кто захочет купить гаражи в Минске, помещения под производство в Жодино.

Соб.инф.

ЗНАКОМЬТЕСЬ:

Мария Олеговна ЗИМОВИНА из совхоза "Большевик" Минского района. Она работает в буфете. Прекрасно работает! Об этом говорят все односельчане.

Мария Олеговна — частый гость местных животноводов. Благодаря ее стараниям они могут на ферме приобрести продукты первой необходимости.

Фото Александра РУЖЕЧКА

Правительственное решение не может повлиять на спрос

Есть проблема!

В августе, когда подорожал хлеб, в правительстве активно заговорили о продаже комбикормов. Мол, продавая их населению, можно резко уменьшить потребность в хлебе, которого немало идет на корм скоту. Несомненно, комбикорма сельчанам нужны. Ведь сегодня крестьянские подворья — основной доход в деревне. А в нынешнем году комбикорма в магазины завезли в меньшем количестве, чем раньше — на заводах их производство сократилось, да и торговать ими невыгодно...

Но раз правительство решило — нужно выполнять. Белкоопсоюзу было выделено 52 тысячи тонн комбикормов. В Кабинете Министров распределили их по областям, и вскоре в сельские магазины машины привезли первые тонны очень нужного крестьянам продукта. Выделенное количество не страшило продавцов — раньше столько за два, а то и полтора месяца продавали. Поэтому подумывали даже, что цифра увеличится. Однако надежды не оправдались, реализация идет медленно. Оказалось, одного постановления, даже на самом высоком уровне, недостаточно.

В сентябре довелось побывать в Дубровенском районе. Две недели назад в сельские магазины развезли 90 тонн комбикормов. В райпотребсоюзе учли, казалось бы, все — и количество жителей в деревнях, и количество скота на подворьях, и какую помощь оказывают сельчанам колхозы и совхозы. Даже надбавку сделали только 10%. Но за полмесяца продали всего лишь чуть более 5 тонн. В некоторых магазинах не выкупили даже 200 кг. Председатель райпотребсоюза Александр Корсаков сокрушался: на закупку комбикормов взяли немалый кредит, а как его возвратить при такой медленной реализации? На эти деньги могли закупить более ходовой товар, да иметь с него прибыль. Покупательная способность крестьян оказалась низкой. Работники потребкооперации наверняка прекрасно об этом знали, но им, видимо, пришлось подчиниться воле сверху.

И такое положение не только в Дубровенском районе. На конец ноября Белкоопсоюз выкупил лишь 35,9 тонны комбикормов, а продал только 30,2 тонны. И нельзя сказать, что в потребкооперации не предпринимали мер. Так, из деревень, даже районов, где комбикорма покупали плохо, их перевезли туда, где они пользовались спросом. Заранее изучалась их потребность, регулярно сообщали о поступлении в магазины...

Но сегодня крестьяне просто не могут их купить в том объеме, что ранее. У них нет средств. Во многих хозяйствах выдача зарплаты задерживается. В одном из колхозов Чашникского района женщина так ответила мне: "Да я денег и не вижу, выдадут копейки, так и хлеба за них не купишь". Зарплата крестьян очень низкая. Доярка получает не больше 100 тысяч рублей в месяц. Удешевить же комбикорма невозможно, торговая надбавка и так минимальна. Более того, в скором времени возможно их подорожание. Пока комбикорма изготавливаются из отечественного фуражного зерна, поэтому их цена не превышает 300 рублей за килограмм. Но хватит ли этого зерна? По оценкам специалистов Минсельхозпрода, в новом году придется пускать в ход импортное зерно, что приведет к увеличению себестоимости комбикормов. Комбикормовый завод в Роси, что на Гродненщине, уже отпускает продукцию по 350 рублей за килограмм. Естественно, ее мало покупают в близлежащих районах — Волковысском, Мостовском, Щучинском, Берестовицком, Свислочском. Завезенные в магазины комбикорма из Роси лежат практически мертвым грузом.

Покупательский спрос сбило и то, что большинство хозяйств республики значительную часть зарплаты своим труженикам стало выдавать кормами, в частности, зерном. Не удивительно, что в октябре, когда проходили такие массовые расчеты, продажа комбикормов сократилась.

Если и дальше доходы крестьян останутся низкими, а колхозы и совхозы не будут иметь денежных средств, то реализация комбикормов может даже снизиться. По прогнозам, этого надо ожидать в начале следующего года, ибо зимой на селе работы мало и зарплата у крестьян в это время всегда невысокая. Поэтому, наверное, следует предпринять ряд мер, чтобы ускорить реализацию комбикормов.

Нынче на селе потребкооперация практически одна занимается реализацией комбикормов. Местные власти во многих районах самоустранились от этого, хотя раньше они помогали транспортом, составляли списки нуждающихся. Теперь же всю работу свалили на торговлю. А ведь если бы те же сельсоветы заранее предупредили, сколько в деревне чего нужно, то завоз бы шел оперативней, не надо было потом из одного места перевозить в другое.

Некоторые райпотребсоюзы предлагали продавать все комбикорма хозяйствам, а потом те сами бы реализовывали в деревнях. Но такая инициатива не получила развития, хотя некоторые хозяйства не прочь были ее поддержать. Думается, местным властям стоит присмотреться к этому.

Белкоопсоюз сегодня находится в сложном положении. Долги у него огромные. Каждый райпотребсоюз задолжал не менее 2 миллиардов рублей, а Минский, к примеру, 5 миллиардов. Поэтому заниматься продажей комбикормов, где оборачиваемость средств медленная, и залезать тем самым в новые долги Белкоопсоюзу невыгодно. Постановление принимало правительство. Поэтому, думается, правительству стоило бы создать потребкооперации определенные условия для выполнения принятых указаний. Так, на закуп комбикормов можно было бы выделить целевые льготные кредиты, как выделяют на заготовку на зиму основных продуктов. Теперь же нередко кредиты не удается вовремя вернуть и приходится платить пеню — 1 процент в день. Вероятно, хотя бы эту пеню можно было бы каким-то образом компенсировать.

Неплохо идет реализация комбикормов в Минской области, где уже продано около 9 тысяч тонн. Практически здесь выбрали свою норму. Оно и понятно — рядом столица, в области немало крупных промышленных предприятий, где работники получают зарплату побольше, чем в хозяйствах и своевременно. Также выделяется и Гродненская область, где хозяйства побогаче и могут платить своим людям зарплату своевременно. В то же время Могилевская и особенно Гомельская области продали очень мало. Часть комбикормов можно было бы направить в Минскую, Гродненскую области. Однако сделать это невозможно. Ибо комбикорма распределены по областям Кабинетом Министров и только он вправе их перераспределять. Думается, на будущее это право нужно предоставить самому Белкоопсоюзу, который бы завозил комбикорма в районы исходя из заявок местных властей и райпотребсоюзов.

Может сложиться впечатление, что комбикорма не покупают потому, что они не нужны. Впечатление обманчиво, ибо доход крестьянина сегодня составляет в основном реализация выращенного на подворье. И если раньше живность можно было кормить хлебом, отходами, то теперь отходов мало, хлеб же стал дороже, за полгода его реализация уменьшилась на 30 процентов. Сокращение же поголовья скота в личных подсобных хозяйствах немедленно повлечет и сокращение производства молока и мяса.

Владимир МАРШАНИН

Будни МП

"Просто Мария"... из Октябрьского района

Порой, даже не подозревая, каждый человек имеет свое хобби: страсть к автомобилям, любовь к музыке, умение со вкусом одеваться и содержать свое жилье. Что касается последнего, то самые утонченные вкусы взялось удовлетворить малое предприятие "Диамант". Думается, всякая требовательная хозяйка либо просто уважающая себя женщина обратит внимание на изделия этой фирмы. Дневные и ночные портьеры, спальные комплекты, имеющие самую широкую цветовую гамму, изысканное белье, купальники оригинальных фасонов, трикотажные костюмы и платья давно обосновались на полках многих минских магазинов.

Мое удивление и любопытство подогрелись еще и тем, что самого высокого качества (в отличие от зачастую низкопробного ширпотреба, ввозимого коммерсантами из-за рубежа) продукция изготовлена не где-нибудь, а на тихой окраине Минска.

Здание бывшего швейного ателье по ул.Любанской, 11 — ныне МП "Диамант". В цехах ритмичный шум десятков машин, которыми "задействован", кажется, каждый сантиметр помещений — не хватает площадей. В глазах пестрит не только от ярких тканей, изумительной красоты пеньюаров и блузок, но и от виртуозной работы мастериц, мгновенно пришивающих многочисленные складки, сборки и кружева с точностью до миллиметра. Нет здесь и намека на понукание и "отбываловку". Руководит этим швейным "государством" **Мария ЖОГЛО**, в кабинете которой разработки эскизов будущей одежды, модели зонтов, образцы новых тканей.

А начиналось все, как рассказала Мария Петровна, с пяти швейных машин. И хотя в нынешних цехах налажено серийное производство вещей для интерьера и белья, трикотажных изделий, все это лишь малая толика задуманного. Ибо во главу угла директор фирмы ставит не печально известный вал, а качество продукции и культуру производства как главное условие конкурентоспособности и процветания. И результат не заставил себя долго ждать. Ныне продукцию фирмы покупают не только в Грузии, Казахстане и в Украине. Целыми партиями уходит белье во Францию, Польшу, образцы отправлены даже в Сан-Франциско.

А еще не в почете в "Диаманте" погоня за сиюминутной выгодой. В цене такие понятия, как добро, милосердие, сострадание. К примеру, части наших сограждан, мягко говоря, трудно подобрать себе одежду нужного размера. "Диамант" выполняет разовые индивидуальные заказы населения, хотя для фирмы их производство убыточно. Или шьют на предприятии теплые халаты, ночные рубашки, другую одежду и передают бесплатно в Общество Красного Креста Октябрьского района для одиноких немощных стариков. Как пояснила Мария Петровна, если дал Бог здоровье и силы, помоги тому, у кого их нет или кто сегодня бедствует. И подумалось, ну чем не "просто Мария" в Октябрьском районе? Впрочем, киношная Мария едва ли знавала те трудности становления, через которые неизменно проходят наши отечественные производители. Но, возможно, успех "Диаманта" зависит от того, что не привыкли здесь сетовать на судьбу да уповать на государство, а добросовестно трудятся не только на свое благо, но и на благо других людей, в том числе и государства. Неплохо, чтобы и держава в свою очередь к таким вот фирмам-производителям была также внимательна и благосклонна.

Галина АБАКУНЧИК

Студенты — бизнесмены?

Заметки по поводу

А почему бы и нет?

Замечали ли вы когда-нибудь, прогуливаясь мимо Комаровки, как много здесь иностранцев в последнее время, как по-хозяйски чувствуют они себя среди ларечков-"комочков", как незнакомая нашему уху речь порой начинает заглушать белорусскую и русскую. Я не имею в виду наших бывших сограждан по СССР из ближнего зарубежья. Я говорю о тех, чья родина находится значи-и-ительно дальше. Мы обычно не обращаем особого внимания на привычные глазу названия коммерческих киосков. Но очень удивимся, если узнаем, что хозяева некоторых из них — граждане Ливана, Иордании, Афганистана и т.д. И почти наверняка они — студенты одного из белорусских высших учебных заведений. Как известно, студенческая натура — широкая, молодой душе многого хочется. Но вся беда в том, что желания не всегда сопоставимы с материальными возможностями. Вот каждый и крутится как умеет. Спросите, почему именно коммерция так привлекает студентов? Да потому, что сегодня — это один из самых быстрых способов заработать большие деньги при минимальных затратах.

Однажды мне довелось познакомиться с одним таким уже достаточно опытным студентом-коммерсантом.

Назовем его Ахмед. Он сидит на диванчике в своей комнате студенческого общежития и много курит. Ему не очень-то хочется посвящать чужого человека в тайны своего бизнеса. "Мы, арабы, не любим, когда другие вмешиваются в наши дела", — говорит он. Ахмед приехал из Сирии и сейчас — он студент одного из вузов и одновременно — владелец коммерческого киоска. Точнее, владеет киоском одна минская семья, Ахмед просто взял его в аренду за 200 долларов в месяц. "Комок" нашего коммерсанта находится в одном из самых людных мест столицы — возле стадиона "Динамо". Таким бизнесом Ахмед занимается уже год и, надо сказать, в своем деле он добился неплохих успехов — открыл в минском микрорайоне "Запад" свой магазин, но сам там торговать не стал, сдал его в аренду.

Что же заставило студента-сирийца заняться коммерцией? Он ответил так: "Не было денег, чтобы слетать домой на каникулы. Билет в оба конца стоит 500 долларов, и вообще здесь есть-пить тоже нужно, а деньги, которые привез из дому, давно закончились".

Домой Ахмед летает примерно раз в год — как только появляются деньги и свободное время. Но из последней поездки он вернулся не с пустыми руками. Сирийская косметика, сделанная по лицензии Франции, бижутерия, одежда, обувь — все это заняло свое место в витринах его "супермаркета". Кроме того, есть еще несколько каналов, по которым товары попадают в киоск. Один из них — фирмы, занимающиеся мелкооптовой торговлей, другой — через граждан, которые ходят по таким торговым точкам и предлагают небольшие партии привезенных из-за границы вещей. Киоск Ахмеда, как и соседние "комки", работает круглосуточно. Так выгоднее: не надо выносить товары на ночь и тратить деньги на охрану. У студента-сирийца есть три продавца, трудовой день которых составляет 24 часа, а заработная плата ненамного выше, чем у работников государственной торговли.

Цены на товары в киоске Ахмеда — тема отдельного разговора, поэтому не буду приводить их все в точности. Так как Ахмед управляет всеми делами, то и цены назначает сам. Я была свидетельницей, как на моих глазах он приобрел ракеты и другую пиротехнику по 450 рублей за штуку и через минут 10 стал продавать их уже по 1000 рублей. И многие покупали! Но такой "навар" у Ахмеда бывает редко. Нельзя поднимать цены, как тебе заблагорассудится, причина этому — конкуренция соседних киосков. Он может, конечно, если захочет, поднять цены, но тогда покупатель побежит за этим же товаром к соседу, а этого Ахмед никак не хочет.

Налоговая инспекция для "комка" Ахмеда сравнима лишь со стихийным бедствием огромного масштаба. Да и не только для его "комка", но и для всех соседних. Она появляется неожиданно, и весть о ее приходе тут же передается от одного продавца другому. Обычно в каждом киоске не хватает каких-нибудь документов или сертификатов качества. Налоговая инспекция штрафует за это. Поэтому те продавцы, у кого не все в порядке с документами, просто закрывают киоски и на некоторое время становятся "случайными прохожими". Но в целом дела у Ахмеда идут неплохо, он — оптимист и не теряет веры в "светлое будущее".

История со студентом-иностранцем — не единичный пример, я знаю еще очень многих таких Ахмедов. Некоторые из них и не думают здесь учиться, им учеба просто не нужна. Два-три, а то и больше, киоска могут обеспечить такому коммерсанту безбедное существование, а тут уже не до учебы. Чем успешнее идут у них дела, тем более похожими становятся они на белорусских коммерсантов. Многие покупают машины и переселяются из комнатушек общежитий в квартиры, которые сами же и снимают, разумеется, за валюту.

В одном только Белгосуниверситете учатся около 350 иностранных студентов из 63 стран, среди которых Иран, Ливан, Китай, Эквадор, Мали, Бенин и даже США и ФРГ. Не хочу сказать, что все они вместо учебы занимаются коммерцией. Среди таких бизнесменов "первенство" держат арабы и афганцы. Бесспорно другое — студенты-бизнесмены стали типичным явлением, они есть в каждом вузе и на каждом факультете.

Лидия РЫЖЕНКОВА

Выставки

Все флаги в гости к нам

Десятую в нынешнем сезоне международную выставку проводит научно-производственное выставочное предприятие "Экоинформсистема". Пройдет она с 13 по 17 декабря в облюбованном фирмой павильоне на проспекте Машерова, 23. О своем желании участвовать в выставке уже заявили более 70 фирм из 12 стран. Основная тематика экспозиции — товары и услуги, имеющие первостепенное значение в жизни людей, — медицинские услуги и оборудование, одежда, обувь, мебель, продовольствие и стройматериалы. Соорганизатором выставки снова выступило Министерство торговли республики, для предприятий которого установлены льготные тарифы.

Задавшись целью проанализировать состав экспонентов ЭИНСИ последних лет, нетрудно будет убедиться, что наиболее активными из них, за исключением, конечно, белорусских, будут фирмы из Польши, Чехии и Словакии. Причина не только в географической близости этих стран. Одну из активнейших ролей в привлечении зарубежных гостей на белорусский выставочный рынок сыграл полномочный представитель "Экоинформсистемы" за рубежом, ее посредник по торгово-производственной деятельности г-н Микулаш Гарбарчик. Сначала он участвовал в выставках, организуемых ЭИНСИ, в качестве представителя словацкой фирмы "Унимекс". Наезжая в Минск, стал "прихватывать за компанию" друзей и знакомых, возглавляющих другие фирмы, помогать им готовить необходимые документы, оформлять экспозиции и т.д. Новое дело оказалось настолько хлопотным, насколько и увлекательным. Короче говоря, нынче г-н Гарбарчик, пожалуй, самый авторитетный знаток белорусского выставочного сервиса и поэтому самый желанный спутник и проводник для тех, кто впервые намеревается продемонстрировать свою продукцию в Минске.

— Многие бизнесмены, — поясняет М.Гарбарчик, — поработав с "Экоинформсистемой", — стремятся снова и снова побывать в Беларуси. У вас не очень много производится своей продукции, невысокие по сравнению с западными цены за услуги — все это весомые факторы для пристального внимания европейских товаропроизводителей к рынку Республики Беларусь. И потом выставка — лишь начало работы над контрактом, основное здесь решается не во время демонстрации того или иного товара, а при последующих контактах, которые, если хочешь достичь успеха, безусловно, нужно поддерживать и развивать.

На мой взгляд, заслуживает внимания компетентных органов предложение г-на Гарбарчика упростить процедуру пересечения государственной границы республики фирмами, имеющими в Беларуси свои представительства, тем более совместные предприятия. Ведь все возникающие в этом случае проблемы и разногласия можно и нужно решать задолго до открытия, скажем, очередной выставки или проведения любого другого мероприятия. Это в свою очередь избавило бы наших гостей от унизительного многосуточного стояния в таможенных очередях в Козловичах или на Варшавском мосту, способствовало бы укреплению имиджа республики в глазах западных партнеров и взаимопонимания с ними, притоку их продукции на белорусский рынок и, как следствие, стабилизации отечественной экономики.

Ф.ЗАЯЦ

Курсы иностранных валют,

установленные Национальным банком РБ с 7.12.94г.

	Единый курс
1 австралийск.доллар	6832,89
1 австр.шиллинг	783,96
1 фунт стерлингов	13548,19
10 бельг.франков	2683,61
1 немецкая марка	5519,44
1 голланд.гульден	4928,01
1 датская крона	1410,08
100 итальянск.лир	534,65
1 канадск.доллар	6282,19
1 норвежск.крона	1266,45
1 доллар США	8660,00
1 финск.марка	1776,23
1 франц.франк	1607,42
1 шведск.крона	1153,39
1 швейцар.франк	6553,16

	Единый курс
10 японских йен	865,39
1 ЭКЮ	10528,88
10 испанск.песет	658,30
10 греч.драхм	357,85
1 ирландск.фунт	13274,06
1 исландск.крона	125,87
1 кувейт.динар	28876,29
10 ливанск.фунтов	52,48
10 португал.эскудо	539,56
1 сингапур.доллар	5913,28
10 турецк.лир	2,36
1 СДР	12623,91
1 эстонская крона	689,93
1 российск.рубль	2,73
10 украинск.карбованцев	0,70

	Единый курс
1 литовск.лит	2165,00
1 латвийск.лат	15774,00
1 кыргызст.сом	800,00
1 молдавск.лей	2031,90
1 казахст.тенге	135,00
1 армянск.драм	18,00
10 грузинск.купонов	0,02
1 туркменск.манат	200,00
1 азербайдж.манат	2,00
1 узбекский сум	60,00
1 таджикск.рубль	0,01
Курс клиринговых валют	
1 доллар США по расчетам с Кубой	8660,00
1 доллар США по расчетам с Чехией и Словакией	8660,00

Послесловие к разговору

Как быть соперником, оставаясь союзником?

Читатель, вероятно, обратил внимание на опубликованную в "Торговой газете" (NN 4 — 6) серию статей "Реклама "до" и "после" перестройки". Сегодня у нас в гостях ее авторы — профессор, доктор психологических наук Геннадий Михайлович КУЧИНСКИЙ и доцент, кандидат психологических наук Владимир Алексеевич ПОЛИКАРПОВ.

— Геннадий Михайлович, мне известно, что вы являетесь директором Института психологии. Согласитесь, что психология, как наука, еще недавно существовала, как говорится, сама по себе. Помнится, появление первых психологов в штатах промышленных предприятий воспринималось неоднозначно. Те времена, похоже, канули в Лету. Наука, которую Вы представляете, внедряется в такую, казалось бы, несущественную отрасль, как реклама. Давайте об этих связях и поговорим подробнее.

— Институт психологии создан при Европейском гуманитарном университете и существует в республике уже около двух лет. Цель его — собрать со временем вместе всех лучших психологов Беларуси и обеспечить им возможность для продуктивного взаимодействия как между собой, так и с коллегами из других стран, которых ЕГУ широко привлекает для обучения студентов. Кроме этого, у института уже есть опыт участия в международных исследовательских программах. Но нас интересуют и прикладные разработки по конкретным задачам. Поэтому мы оказываем помощь различным фирмам, рекламным агентствам и другим организациям в виде консультаций, экспертизы, а если есть необходимость, проводим специальные исследования. Можем также организовать учебные семинары, тренинг персонала, помочь в отборе кадров... Кстати, в организации прикладных исследований нам помогает независимая научно-исследовательская служба "Адлюстраванне" НПЦ "Инвосервис", которая имеет значительный опыт работы в этой сфере. Иногда исследование проводят сами рекламные агентства, как, например, делает "Панама". В этом агентстве накоплен значительный банк информации по рекламе. В этом случае наши сотрудники могут выступить консультантами.

— Судя по всему, ваш интерес к работам над конкретными заказами не случаен...

Г.К. — Вы правы, но у нас есть на то свои причины. Во-первых, ни для кого не является секретом, в каком тяжелом материальном положении находятся сейчас ученые. А получение конкретных заказов — это все-таки способ зарабатывать деньги профессионально, т.е. той работой, которую лучше тебя, можно сказать, никто не сделает. Ну а кроме того, — это хороший стимул для профессионального роста. Для серьезного специалиста каждый новый заказ не похож на предыдущий, он всегда оригинален и всегда требует применения не только известных знаний, но и поиска новых, и конечно же, прикладные исследования, работа над конкретными задачами не дают отрываться от реальности, что с учеными, да и не только с ними, иногда случается.

Кстати, можно сформулировать очень простой закон: чем ниже квалификация специалиста, тем проще кажутся ему стоящие перед ним проблемы, касающиеся человека. Карл Густов Юнг, один из самых известных психологов в мире, который всю жизнь занимался толкованием сновидений, писал, что над некоторыми снами он думал по несколько месяцев, а некоторым так и не смог дать удовлетворительного объяснения. Но в то же время найдется масса людей, которые тут же вам все "объяснят". Так же и в экономике. Сходил на рынок, купил мясо не по 25 тыс. за килограмм, а по 24 тыс. — уже экономист. Уладил конфликт с тещей — политик. Заполнил квадратик текстом — специалист по рекламе. А если несколько квадратиков, то и тем более.

Да, сейчас "бум" на психологов. Но самое интересное — почти каждый второй у нас считает себя таковым. Попробуйте дать в газету объявление, что вам нужен специалист по работе с персоналом, и вы увидите, что произойдет. К вам придут бывшие политработники, сотрудники органов безопасности, начальники отделов кадров и просто начальники. В чем, в чем, а уж в психологии, как ни странно, разбираются все. Именно поэтому Институт психологии особенно тщательно отбирает сотрудников. Главное — уровень профессиональной компетентности и способность к профессиональному росту.

— А в области рекламы вы также работаете над конкретными заказами?

В.П. — На сегодняшний день это, можно сказать, основная область наших интересов. И уже есть определенный опыт. Завязываются тесные контакты с зарубежными коллегами — специалистами по рекламе. Мы надеемся, что их знания и опыт окажутся полезными и нам, и нашим клиентам.

— Все-таки давайте вернемся к теме вашей статьи. Как вы думаете, каким может стать наш рекламный рынок завтра?

В.П. — Хочу сказать, что если будут развиваться нормальные рыночные отношения, то будет совершенствоваться и реклама. Появятся серьезные рекламные компании, которых сейчас почти нет. Заказчик станет думать не только о рекламе товаров и услуг, но и о рекламе своей фирмы, о создании ее положительного образа в глазах потребителей, а может, и всего населения. Кстати, последнее особенно существенно для многопрофильных фирм.

Конечно же, в первую очередь должно появиться законодательство, регулирующее рекламную деятельность. Подумайте, во многих странах запрещена реклама сигарет, спиртных напитков, лекарств и даже игрушек. И об этом стоит подумать. Ведь соблазнить ребенка шоколадкой или игрушкой нетрудно, так же, как и больного — обещаниями исцеления, а нуждающегося — посулами мгновенного обогащения.

С ростом конкуренции, вероятно, появятся и настоящие специалисты, которые к тому времени получат специальное базовое образование для работы в сфере рекламы. Хочу отметить еще один очень важный момент. Когда мы с вами говорим о рекламе, то прежде всего имеем в виду рекламу товаров и услуг или же самой фирмы. Но в наше время уже стала очевидной потребность в рекламе иного рода. Нужна реклама бизнеса в целом.

— Что вы имеете в виду под "рекламой бизнеса"?

В.П. — Дело в том, что в условиях конкуренции каждый бизнесмен вынужден думать прежде всего о себе, своем деле. Но в какой-то момент становится очевидным, что, оставаясь соперниками, бизнесмены, предприниматели обязательно должны быть и союзниками. Делают-то они одно общее дело, и его успех не в малой степени зависит от отношения общества к бизнесу в целом. А это отношение зачастую основано на массовых предрассудках и заблуждениях. Поэтому нужна специальная работа по объединению предпринимателей в новые действенные союзы. Конечно, это сложная задача. Одно дело объединять слабых, только начинающих предпринимателей. И совсем другое — объединить тех, кто уже силен и независим, т.е. представителей крупного бизнеса. Но сделать это необходимо. Думаю, для этого нужна общая продуманная линия строительства нормальных отношений между бизнесом и обществом, бизнесом и государственными органами. И начало всего — в создании хорошей информационной службы. Нужно сравнивать государственный и частный секторы, показывать их динамику, соотношение, проводить независимую экспертизу социальных и иных программ, доказывать необходимость приватизации, социальную полезность частного предпринимательства.

— В данном случае речь, видимо, идет не о рекламе в традиционном смысле слова?

В.П. — Да, конечно, мы говорили о целом комплексе мероприятий, цель которых — формирование нового отношения общества к частному предпринимательству. Поймите, если будет сохраняться недоверие к предпринимателям со стороны других социальных слоев, то сохранятся и очаг нестабильности, напряжения, почва для спекулятивных политических лозунгов. Кстати, если судить по публикациям в прессе, предприниматели уже серьезно стали задумываться над такими вопросами.

— Что же вы можете посоветовать тем бизнесменам, которые нуждаются в рекламе своих товаров, услуг, своей фирмы?

В.П. — Прежде всего каждый должен осознать, что ему нужно, затем оценить свои возможности и, наконец, обратиться к специалистам. Если будут вопросы к нам, милости просим (тел. 64-04-05).

Оксана ПОНАРИНА

ДВА ВЗГЛЯДА НА ОДНУ ТЕМУ

Торговля без рекламы, что дитя без мамы

Рекламные агентства у нас плодятся с ужасающей скоростью. Чуть ли не каждую неделю натыкаешься на рекламной странице газеты на продукцию нового РА с вычурным названием. Но даже в рекламе собственных услуг некоторые агентства не преуспели... Да и как иначе, если специалисты по рекламе готовятся старым, как мир, способом — обучение на рабочем месте.

Ребята, еще год назад считавшие, что слоган — это такой слон, сегодня обещают фирмам все, что прочитали в единственной за свою жизнь книге по рекламе. Те, которые прочитали две (в довольно плохом переводе) или даже три, считают себя крупными авторитетами в этом непростом деле и берутся учить других, как надо делать рекламу.

Между тем реклама — всего лишь, пускай и важная, только часть маркетинга. И, если вы хотите продать с помощью шумной и масштабной, а потому дорогостоящей, рекламной компании шубы, от внешнего вида которых у моли пропадает аппетит, неуспех этого замысла не стоит списывать только на бездарность этих дармоедов из РА. Или, если вы не угадали с ценой, поставили ее в несколько раз выше, чем в магазине напротив, собственные просчеты также можно легко объяснить неудачным местом размещения объявления в малотиражной к тому же газете.

Стоит, однако, заметить, что качественная, профессионально выполненная реклама уже не редкость в нашей республике. Непростое это дело (а реклама дело очень и очень даже непростое) под силу многим агентствам. Тем интереснее сравнить их успехи с находками коллег из соседних стран, узнать о новых тенденциях в развитии отрасли.

На III международной выставке "Реклама и рекламные средства", которая прошла недавно в Москве, побывал начальник отдела Public Relatuons рекламно-информационного агентства "Forte" Петр ПОПЕЛУШКО. Он любезно согласился ответить на некоторые вопросы "Гандлёвай газеты".

— Кто участвовал в этом мероприятии?

— На международную выставку было представлено более 250 экспонатов ведущих рекламных агентств России (а они сосредоточены главным образом в Москве), все основные носители рекламы: газеты, журналы, ТВ (все каналы), радио (в том числе станции УКВ), производители рекламной продукции и материалов для изготовления рекламы (пленки, щиты и т.д.), производители ПК и программного обеспечения, линий для изготовления конвертов, печатного и копировального оборудования и т.д.

Цель выставки — не поиск новых клиентов-заказчиков, а обмен опытом, идеями.

— Есть ли в России отличия от нашей рекламы?

— Прежде всего отмечу, что развитие в России рекламы пошло несколько по другому пути, чем у нас. Там доминирует ТВ (по рейтингам с его влиянием и популярностью никто не сравнится), и, соответственно, есть перекос, крен на изготовление и прокат видеороликов по телевидению. Лидируют в этом направлении три РА. Белорусские телезрители хорошо знают их продукцию: ролики "МММ" сделаны РА "Аврора", АвтоВАЗ, АВВА — "Премьер СВ", историческая сага — банк "Империал" — Видеоинтернэшнл. Естественно, в них заняты талантливые кадры. Поэтому российская видеопродукция заметно опережает нашу, а вот реклама в газетах — наоборот. В Москве довольно мало агентств работают в этом направлении и скажу прямо, им есть уже чему поучиться у нас. Например, по сравнению с ТВ на газетную рекламу средств затрачивается значительно меньше. Москвичи искренне удивляются, зачем вкладывать столько труда, фантазии, творческой энергии, если больших денег на этом не заработаешь. Но в целом уровень все же чуть выше, чем у нас, они дальше продвинулись в этом деле.

Так, декларируется отход от организации рекламной компании, разработки ее стратегии. В РА создаются аналитические, исследовательские отделы, которые занимаются всеми проблемами маркетинга, отслеживают тенденции на рынке, изучают циклы товаров. Сильные в России и социологические службы.

— Пожалуйста, несколько слов о расценках на рекламу у них и у нас?

— Трудно сравнивать, слишком отличаются уровни доходов в наших странах. Но по обороту РА в крупных городах и особенно в Москве значительно опережают наши. Их фирмы на рекламу тратят от 100 до 200 тыс.долларов в месяц. Они работают под имиджевой рекламой, а не над объявлениями о продаже товаров. Например, минута дефицитного рекламного времени обходится заказчику в 60 тыс.долларов.

А только РДС в августе — октябре покупал ежемесячно по полтора часа эфирного времени, а в ноябре — два с половиной.

— Что беспокоит российских коллег, какие проблемы общие у них и у нас?

— Россиян беспокоит сильная конкуренция Запада. Кроме денег, которые уходят из страны на Запад, происходит и утечка в иностранные РА лучших специалистов из российских агентств. У нас, к счастью, таких проблем нет.

Наших соседей также волнует отсутствие закона о рекламе. Но, что обнадеживает, у них есть два проекта такого закона, причем один разработан Ассоциацией рекламных агентств России.

— Какие новинки удалось увидеть на выставке? Что можно прогнозировать в развитии рекламы Беларуси, учитывая опыт России?

— Технология производства рекламы и у них и в последнее время у нас покупается на Западе. Здесь отставания нет. Да и в остальном, думается, тоже. Оборот нашего РА "Forte" может сравниться с оборотом среднего российского агентства. Не уступаем мы им и в качестве, в творческом поиске. А проблемы? Проблемы одни и те же: качество продукции, отношения с заказчиком...

Понимаете, мы зачастую повторяем ошибки россиян, идем по их пути. Все наши РА заявляют о себе как об агентствах полного цикла, готовых делать все виды рекламы. Но никто не говорит о путях реализации своих программ. В России идет специализация агентств. Скажем, основной их профиль — видеопродукция, и на другие виды рекламы они не отвлекаются. У нас также намечается этот процесс. Например, РА "EVA" специализируется на изготовлении и размещении щитовой рекламы. И делают ее высокопрофессионально.

И в Беларуси будут создаваться аналитические отделы, социологические службы, исследовательские фирмы, изучающие рынок рекламы. Жизнь, заказчики заставят пойти по этому пути. Рекламодатели хотят работать с профессионалами, которые сделают ее эффективно. Поэтому у нас, как и в Москве, появятся рекламные брокеры, которые будут работать с заказчиками, размещать их заказы в специализированных агентствах.

И еще. Очень понравилось на выставке — их Ассоциация рекламных агентств, практически клуб, профсоюз рекламистов. У нас подобная идея выдвигалась не раз, но так и повисла в воздухе. А жаль, ведь о рекламных агентствах Москвы мы знаем больше, чем об отечественных.

Михаил ВАЛЬКОВСКИЙ

СПРАВОЧНОЕ БЮРО ПОКУПАТЕЛЯ

ВОПРОС. *Объясните, пожалуйста, что означает профиль женской головки на золотых изделиях?*

А.САЗОНОВИЧ, Барановичи

ОТВЕТ. Проба, а вернее, правильность ее нанесения — основной момент для покупателя золотого изделия. Она (583 или 585) наносится на клеймо — геометрическую фигуру с рисунком. До революции рисунок представлял собой профиль женской головки, затем его сменили голова работницы в платочке, с конца 50-х — звезда с серпом и молотом, и сегодня снова женская головка. Сама геометрическая фигура также имеет разные очертания. Например, на изделиях до 8,5 грамма — форму лопатки. В зависимости от веса изделия это может быть круг, усеченный или обычный овал, молот и др. Помимо клейма и пробы, на каждом изделии должен стоять именник с цифрами, по которому можно определить, где апробировано изделие.

ВОПРОС. *Недавно купила пару килограммов мяса, а оно оказалось сомнительного свойства. Как "грамотно" выбрать мясо?*

С.Селиванова, Полоцк

ОТВЕТ. Свежее мясо должно иметь на поверхности среза корочку подсыхания бледно-розового цвета, размороженное — красного. Ладонь, приложенная к его поверхности, остается сухой. У мяса сомнительной свежести корочка подсыхания увлажнена. На ладони остаются мокрые пятна часто слизистого характера. Запах имеет кисловатый оттенок.

Повторное замораживание любого — даже очень свежего — мяса недопустимо: оно теряет свои питательные свойства и может вызвать отравление.

Если тушенка подтухла

Я купил банку тушенки в коммерческом ларьке и, съев половину содержимого, через два часа почувствовал недомогание. Вскоре понял: отравился. Скажите, где может сделать экспертизу купленного товара частное лицо и как это сделать с наименьшими нервными затратами?

А.Белый, Минск

Прежде всего надо обратиться к врачу и засвидетельствовать наличие отравления, а затем позвонить или зайти в санэпидстанцию по месту жительства и сообщить о случившемся. Делать анализ вскрытого продукта не будет ни одна лаборатория, но СЭС может снять партию товара и отправить 5 — 7 банок на экспертизу. Пострадавший может возбудить дело и подать в суд на торговую организацию и, если проделанный анализ подтвердит, что отравление произошло по вине торгующей организации, получить компенсацию.

Назначения

Куда ушел Грищенков?

Григорий Грищенков, подав в отставку с должности председателя совета правления Белкоопсоюза, долго без работы не оставался. Теперь он — заместитель управляющего акционерно-коммерческим банком "Северо-запад", учредителем которого является Белкоопсоюз.

Григорий Захарович, который к созданию банка, как говорится, и сам руку приложил, занимается поиском новых акционеров. Его работа весьма ответственна. По решению Национального банка с 1 января 1995 года все банки должны иметь уставный фонд в размере не менее 2 миллионов ЭКЮ. "Северо-Западу" еще далеко до этого. Грищенкову придется немало поработать, чтобы привлечь дополнительные средства.

Соб.инф.

О ЛЬГОТИРОВАНИИ ПРИБЫЛИ, ИСПОЛЬЗОВАННОЙ НА СОДЕРЖАНИЕ ОБЪЕКТОВ ЖИЛИЩНОГО ФОНДА

Письмо ГГНИ от 16.11.1994 г. N 02/153

Зарегистрировано в Реестре Государственной регистрации 21.11.1994 г., рег. N 615/12

Главная государственная налоговая инспекция при Кабинете Министров Республики Беларусь сообщает.

Согласно пп. г) п. 2 ст. 5 Закона Республики Беларусь "О налогах на доходы и прибыль предприятий, объединений, организаций" облагаемая налогом прибыль уменьшается на сумму затрат, осуществляемых за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятий, по содержанию находящихся на их балансе объектов жилищного фонда, а также затрат на эти цели при долевом участии предприятий в содержании указанных объектов — в соответствии с нормативами затрат по аналогичным учреждениям, содержащимся за счет средств бюджета.

Подлежащая льготированию прибыль, использованная на содержание объектов жилищного фонда, определяется как разность между расходами по содержанию объектов жилищного фонда и доходами от эксплуатации этих объектов, суммой компенсации, полученной из внебюджетного фонда местного Совета депутатов для финансирования расходов по содержанию ведомственного жилого фонда, суммой целевого сбора в вышеуказанный внебюджетный фонд, направленной предприятием на содержание объектов жилищного фонда.

При этом доходы от сдачи в аренду объектов жилищного фонда не относятся к доходам от эксплуатации объектов жилищного фонда, а включаются в состав прибыли, полученной от внереализационных операций.

Для получения льготы предприятия представляют в налоговую инспекцию одновременно с расчетом налога на прибыль (начиная с расчета за январь — ноябрь 1994 года) расчет прибыли, использованной на содержание объектов жилищного фонда, по форме, прилагаемой к настоящему письму.

Председатель инспекции

Н. Н. ДЕМЧУК

Письмо ГГНИ

_от 22.11.94 г. N 06—01—06/3906_

Главная государственная налоговая инспекция при Кабинете Министров Республики Беларусь сообщает, что Законом Республики Беларусь "О внесении отдельных изменений в действующее налоговое законодательство" от 19 октября 1994 г. внесены изменения в часть пятую пункта 10 статьи 9 Закона Республики Беларусь "О налогах и сборах, взимаемых в бюджет Республики Беларусь", в которой слова "0,2 процента" заменены словами "двухкратной учетной ставки Национального банка Республики Беларусь от".

Указанный закон введен в действие с 1 ноября 1994 г.

Настоящие изменения в налоговом законодательстве доведите до сведения подведомственных налоговых инспекций.

Заместитель председателя Главной государственной налоговой инспекции

А. А. ДОРОШЕНКО

О СРОКАХ ИСКОВОЙ ДАВНОСТИ

Письмо ГГНИ при Кабинете Министров РБ от 18.11.1994г. N 05/154

Зарегистрировано в Реестре Государственной регистрации 30.11.94 г., рег. N 626/12

В связи с поступающими запросами Главная государственная налоговая инспекция в порядке разъяснения сообщает.

Общий срок исковой давности до 1 мая 1994 г. устанавливался статьей 73 Гражданского кодекса Республики Беларусь для физических лиц — три года, юридических — один год. Законом Республики Беларусь "О внесении изменений и дополнений в Гражданский кодекс Республики Беларусь" от 3.03.1994г. N 2840-XII внесено изменение в редакцию статьи 73 ГК, которым с 1 мая 1994 г. установлен срок исковой давности три года как для физических, так и юридических лиц. В соответствии с п.1 постановления Верховного Совета Республики Беларусь от 3.03.1994 г. указанный закон введен в действие с 1 мая 1994 г. Это значит, что по дебиторской или кредиторской задолженности, срок исполнения обязательств по которым истекает 29.04.1994г., применяется годичный срок исковой давности, а по обязательствам, срок исполнения которых истек 30.04.1994 г., применяется трехлетний срок исковой давности.

При проверке предприятий за период их деятельности до 1.05.1994 г. следует иметь в виду, что подпунктом "з" пункта 11 Соглашения о порядке рассмотрения хозяйственных споров, связанных с осуществлением хозяйственной деятельности, срок исковой давности устанавливается по месту нахождения ответчика. Данное соглашение ратифицировано Верховными Советами России, Украины, Беларуси, Узбекистана и Казахстана.

В соответствии с частью 2 статьи 2 ГК к имущественным отношениям, основанным на административном подчинении одной стороны другой, а также к налоговым и бюджетным отношениям гражданское законодательство Республики Беларусь не применяется.

В случаях отнесения предприятием на результаты его финансовой деятельности задолженности за поставку продукции и товаров народного потребления (дебиторской и кредиторской задолженности), не взысканной в течение срока исковой давности, следует иметь в виду, что:

просроченная кредиторская задолженность, если она не приостанавливалась в установленном порядке, отражается в бухгалтерском учете по кредиту счета 80 "Прибыли и убытки" и облагается налогом в составе доходов от внереализационных операций;

выявленная безнадежная ко взысканию дебиторская задолженность на предприятиях может списываться по решению руководителей за счет страховой компенсации продукции и товаров народного потребления, а при недостаточности указанных средств — за счет прибыли либо за счет резерва по сомнительным долгам, в учреждениях, состоящих на бюджете или финансируемых собственником, — на уменьшение финансирования.

Списание долга с баланса не означает его аннулирования, он должен числиться за балансом в течение пяти лет для наблюдения за возможностью взыскания на счете 007 "Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов".

Председатель Главной государственной налоговой инспекции при Кабинете Министров Республики Беларусь

Н. Н. ДЕМЧУК

О ПОРЯДКЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗМЕРА СРЕДСТВ НА НЕОТЛОЖНЫЕ НУЖДЫ

Письмо Национального банка Республики Беларусь от 18 ноября 1994 г. N 19002/795

В связи с выходом Указа Президента Республики Беларусь от 5 октября 1994 года N 135 "Об утверждении Временного порядка нормализации расчетов между субъектами хозяйствования в Республике Беларусь" временно отменяется действие главы IX "Оплата неотложных нужд" Положения о безналичных расчетах в Республике Беларусь (указания Национального банка от 6 января 1994 года N 256).

Определение размера ежедневных средств на неотложные нужды необходимо производить строго в соответствии с п.1 вышеназванного Временного порядка, т.е. до 10% процентов среднедневных поступлений на расчетный счет субъекта хозяйствования за предыдущий месяц.

Периодичность выплаты в счет неотложных нужд определяется субъектом хозяйствования в заявлении на установление неотложных нужд.

Первый заместитель председателя правления

Н. А. КУЗЬМИЧ



Когда едешь на электричке в Молодечно, то на станции Ждановичи всегда привлекает внимание красивое зеленое здание. Это торговый центр "Криница", где, кроме магазинов, размещается и ресторан. Кстати, единственный в Минском районе. Поэтому кроме своих основных посетителей, ресторан часто принимает участников различных районных совещаний и семинаров.

А еще здесь не редкость конкурсы многодетных семей, вечера пожилых людей, многие другие интересные мероприятия. И всегда радушием и отзывчивостью отличается молодая официантка Людмила ЛЕПЕШКО.

Фото Александра РУЖЕЧКА

ШАГ НАВСТРЕЧУ

Днями зашла в отдел диабетического питания магазина N 15, что на Партизанском проспекте, и как будто попала на заседание дискуссионного клуба. Пожилые люди коротали время в ожидании машины с творогом. Такое времяпрепровождение их, похоже, не тяготило. Все были знакомы друг с другом, а продавец отдела Этти Геннадьевна Шмедова оставалась последней инстанцией в любом спорном моменте. Видно, что все эти покупатели ее любят и уважают.

Обсуждалось письмо из Чикаго. Общая знакомая Инна писала из-за океана, что за полгода жизни в Америке она забыла о своем сахарном диабете. К врачам не обращалась, а причиной выздоровления считает качественное питание. Советовала перейти на раздельное питание и побольше включать в ежедневный рацион овощей и фруктов. Жизнь в чужой стране у этой женщины сложилась благополучно, и она стала забывать как дурной сон все проблемы, с которыми сталкиваются люди, страдающие теми или иными заболеваниями.

К тому же наша реальность так изменилась! И уже не дефицит продуктов мешает человеку, часто пенсионного возраста, правильно и полноценно питаться, а нехватка денег, чтобы обеспечить себя. И это не менее печально.

В магазине N 15 отдел диабетического питания обслуживает 2700 человек. Это больные сахарным диабетом, а также люди, страдающие различными желудочно-кишечными расстройствами. Направляют их сюда поликлиники Ленинского района. И нужно отметить, что стоящим здесь на учете просто повезло! Я обошла несколько подобных отделов в столице и убедилась, что в этом магазине о своих подопечных все же заботятся. На прилавке — разнообразный выбор круп. Гречка ядрица предлагается по цене 490 рублей, что в десять раз дешевле, чем в обычной продаже. Покупатель имеет право приобрести ее два раза в месяц. Стало традицией к Новому году увеличивать эту норму в два раза. Есть запас крупы на такой подарок и в нынешнем декабре. Ежедневно в отдел диабетического питания завозится творог домашний по цене 1000 рублей.

Постоянно есть растительное масло (в этот раз предлагалась смесь оливкового и соевого), сорбит, диабетические конфеты, нежирное печенье.

Об ассортименте этого отдела заботится руководство ПКФ "Спажытак", куда входит магазин N 15. Казалось бы, особой прибыли отдел не приносит — одни хлопоты в поисках дешевых и качественных продуктов. Тем не менее к этой "благотворительной нагрузке" коммерсанты относятся с пониманием. Иногда сюда обращаются и просто старые люди, которые еле-еле сводят концы с концами, с просьбой прикрепить к отделу для диабетиков. Не имеют они медицинских показаний для этого, но в фирме идут им навстречу. Иногда за таких стариков просит Э.Г.Шмедова. Здесь она работает уже тридцать лет и большую половину из них — в отделе диабетического питания.

Этти Геннадьевна убеждена в том, что щадящее питание должно быть как в начале человеческой жизни, так и на ее закате. И если о младенцах мы еще помним, то о стариках, больных людях забываем. Доказательство этому — отделы диабетического питания в магазинах города Минска. Тот, про который я рассказала, счастливое исключение, и все благодаря тому, что работает в нем добрый, внимательный к людям продавец!

Все покупатели Этти Геннадьевны, уверена, подпишутся под этими словами.

Елена БОБРОВСКАЯ

Господа рекламодатели!

Расценки на размещение рекламы в "Торговой газете":
1-я полоса -- 1,5$/кв.см;
последняя полоса -- 1$/кв.см;
середина газеты -- 0,5 -- 1$/кв.см.
Оплата производится по б/н расчету на р/с 400467479 в гордирекции "Белбизнесбанка" г.Минска, код 764.
Получатель -- ЗАО "Белбизнеспресс".

Скидки на рекламу для организаций:
2-я публикация -- 5%;
3-я публикация -- 8%;
4-я публикация -- 10%;
5-я публикация -- 12%;
6-я публикация и последующие -- 15%.
Приглашаем к деловому сотрудничеству рекламные агентства -- скидка до 20%.

Отдел рекламы "Торговой газеты"
Тел. (0172) 23-49-13, тел./факс (0172) 23-63-62

МАЛАЯ ПРЫВАТЫЗАЦЫЯ

г. БРЕСТ

Аукцион состоится 14 декабря 1994 г.

- ❑ ***9 магазинов*** (начальная цена от 3,0 до 110,0 млн. руб., общая площадь от 165,0 до 1026,0 кв. м.)
- ❑ ***5 помещений*** (начальная цена от 1,0 до 75,0 млн. руб., общая площадь от 26,0 до 535,0 кв. м.)
- ❑ ***дом быта (недействующий)*** (начальная цена продажи 280,0 млн. руб., общая площадь 912,0 кв. м.)
- ❑ ***незавершенное строительство оранжерейного комплекса*** (начальная цена продажи 1800,0 млн. руб., общая площадь 12000,0 кв. м.)

Тел.: (01622) 3-42-60, 3-99-82.

г. ОРША

Аукцион состоится 22 декабря 1994 г.

- ❑ ***2 магазина*** (начальная цена 20,8 и 80,1 млн. руб., общая площадь 91,0 и 364,0 кв. м.)
- ❑ ***2 ларька*** (начальная цена 0,9 и 1,0 млн. руб., общая площадь 57,0 и 11,6 кв. м.)
- ❑ ***2 здания*** (начальная цена продажи 1,5 и 11,7 млн. руб., общая площадь 27,8 и 288,0 кв. м.)
- ❑ ***кафетерий*** (начальная цена продажи 0,3 млн. руб., общая площадь 10,2 кв. м.)
- ❑ ***склад*** (начальная цена продажи 10,3 млн. руб., общая площадь 152,0 кв. м.)
- ❑ ***2 мастерские*** (начальная цена продажи 4,5 и 33,0 млн. руб., общая площадь 23,85 и 120,0 кв. м.)

Тел.: (02161) 21-555, 21-667.

г. ГРОДНО

Аукцион состоится 28 декабря 1994 г.

- ❑ ***коктейль-бар*** (начальная цена 5,0 млн. руб., общая площадь 210,0 кв. м.)
- ❑ ***2 магазина*** (начальная цена 18,6 и 87,5 млн. руб., общая площадь 631,32 и 657,0 кв. м.)
- ❑ ***право аренды помещения*** (начальная цена продажи 2,0 млн. руб., общая площадь 135,22 кв. м.)

Тел.: (0152) 45-29-81, 47-29-56.

Об утверждении Положения о порядке проведения ломбардных операций

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 20 мая 1994 г. N 353

В связи с Законом Республики Беларусь "О залоге" Совет Министров Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить прилагаемое Положение о порядке проведения ломбардных операций.

2. Комитету по драгоценным металлам и драгоценным камням при Совете Министров Республики Беларусь в двухмесячный срок утвердить положение об особенностях осуществления ломбардных операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями.

3. Признать утратившими силу:

постановление Совета Министров БССР от 12 апреля 1988 г. N 91 "Об утверждении Типового устава ломбарда" (СЗ БССР, 1988 г., N 12, ст.209);

абзац шестой видов деятельности, лицензируемых исполкомами районных, городских, районных в городах Советов депутатов, Перечня видов деятельности, на осуществление которых требуется специальное разрешение (лицензия), и органов, выдающих эти разрешения (лицензии), утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 16 октября 1991 г. N 386, в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь от 22 сентября 1992 г. N 573 (СП Республики Беларусь, 1991 г., N 29, ст.352; 1992 г., N 26, ст.493; N 31, ст.568; 1993 г., N 16, ст.309).

Первый заместитель председателя Совета Министров Республики Беларусь

М. МЯСНИКОВИЧ

Управляющий делами Совета Министров Республики Беларусь

Н. КАВКО

ПОЛОЖЕНИЕ
о порядке проведения ломбардных операций

Утверждено постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 20 мая 1994 г. N 353

1. Ломбардной операцией признается выдача субъектом хозяйствования (в дальнейшем — ломбард) физическим лицам займов под залог (в виде заклада) имущества, которое составляют предметы личного (домашнего, семейного) пользования, а также под залог ценных бумаг.

2. Ломбард, деятельность которого связана с ювелирными и бытовыми изделиями из драгоценных металлов (с покрытиями из них), драгоценными камнями, жемчугом, янтарем и мореным дубом, должен получить лицензию в порядке, предусмотренном законодательством.

Особенности осуществления ломбардных операций с данным имуществом устанавливаются Комитетом по драгоценным металлам и драгоценным камням при Совете Министров Республики Беларусь.

Ломбард, выдающий заем под залог ценных бумаг, обязан заключить с профессиональным участником рынка ценных бумаг договор на их реализацию в случае непогашения займа в установленный срок.

3. Выдача займа под залог производится на основании договора займа и договора о залоге, заключаемых между ломбардом и физическим лицом.

Условие залога может быть включено в договор займа.

Содержание и форма договора о залоге имущества, а также порядок его регистрации в случае, если регистрация предусмотрена законодательством, должны соответствовать Положению о форме договора о залоге и порядке его регистрации, если иное не установлено настоящим Положением.

4. Залогодатель обязан не позднее чем в трехдневный срок со дня заключения договора о залоге обеспечить за свой счет регистрацию этого договора, если предметом залога является имущество, подлежащее регистрации, и представить в ломбард соответствующую выписку из реестра. Ломбард может не выдавать заем в соответствии с заключенным договором до представления залогодателем этой выписки.

Ломбард не вправе принимать в залог имущество, включенное в перечень объектов, относительно которых по причине их исторической, культурной или иной ценности либо в целях обеспечения государственной безопасности применение залога не допускается.

5. Ломбард заключает с гражданами Республики Беларусь, а также с иностранными гражданами и лицами без гражданства договоры займа под залог имущества по предъявлении паспорта или иного документа, удостоверяющего личность.

6. Предельные суммы и число займов, которые могут быть выданы одному лицу, сроки, на которые они предоставляются, а также размеры платы за пользование займами определяются по соглашению сторон.

7. Имущество, сдаваемое в ломбард в залог для получения займа, оценивается по соглашению сторон.

8. Ломбард принимает и бывшее в употреблении имущество, пользующееся спросом, не требующее ремонта или реставрации, отвечающее санитарно-гигиеническим нормам и правилам.

9. Право заклада имущества в ломбард возникает с момента передачи в него предмета заклада, а если такая передача состоялась перед заключением договора о залоге, — то с момента заключения этого договора либо с момента его регистрации, если такая регистрация предусмотрена законодательством.

10. Ломбард обязан:

принимать меры для хранения предметов заклада;

срочно сообщать залогодателю о возникновении угрозы утраты либо повреждения предметов заклада;

немедленно возвращать предметы заклада после выполнения залогодателем или третьим лицом условий договора займа;

платить за счет залогодателя налоги и сборы, связанные с заложенным имуществом;

страховать принятое в залог имущество на полную стоимость за счет и в интересах залогодателя;

надлежащим образом сохранять предметы заклада;

выдавать по требованию залогодателя документы, подтверждающие частичное или полное выполнение обязательства, вытекающего из договора займа, для внесения соответствующего сведения в реестр заложенного имущества.

Ломбард не вправе пользоваться предметами заклада, если иное не установлено в договоре.

11. В случае утраты, недостачи имущества, сданного в залог, ломбард возмещает залогодателю стоимость сданного в залог, утраченного, недостающего имущества, а при повреждении предмета заклада — сумму, на которую снизилась его стоимость, если в договоре не предусмотрено возмещение ущерба в полном объеме и если он не докажет, что утрата, недостача либо повреждение произошли по причине непреодолимой силы или по умышленной вине, или грубой неосторожности залогодателя.

Если залогодержатель ненадлежащим образом хранит или использует предмет заклада, залогодатель вправе в любое время потребовать прекращения заклада или досрочно выполнить обеспеченное закладом обязательство.

12. При невозврате в установленный срок займа, обеспеченного залогом имущества, ломбард реализует это имущество на комиссионных началах через торговые организации либо продает его самостоятельно, если иное не предусмотрено настоящим Положением.

В случае реализации ломбардом самостоятельно предмета залога, не пользующегося спросом, ломбард может дважды через каждые 20 дней снижать цену на 10 процентов. Если же и после этого имущество остается нереализованным, ломбард имеет право возвратить залогодателю предмет залога и обратиться в суд для взыскания задолженности либо обратить взыскание на предмет залога и при этом обязательства залогодателя перед ломбардом считаются погашенными.

13. Если стоимость заложенного имущества превышает 30 минимальных заработных плат, обращение взыскания на это имущество происходит по решению суда.

14. В случае, если сумма от реализации заложенного имущества недостаточна для полного удовлетворения требований ломбарда, он вправе (при отсутствии иного указания в законодательных актах либо договоре) получить недостающую сумму из другого имущества должника в порядке, предусмотренном законодательством.

Если при реализации заложенного имущества полученная сумма превышает размер требований ломбарда, разница выплачивается залогодателю.

Не востребованная физическим лицом в течение трех лет со дня реализации разница подлежит внесению в доход местного бюджета.

ОБ ИЗМЕНЕНИИ ФОРМИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ НАДБАВОК

Приказ Министерства торговли РБ от 8.11.1994 г. N 81

В целях углубления рыночных реформ и в соответствии с программой неотложных мер по выходу экономики Республики Беларусь из кризиса Департамент цен постановлением от 26 октября 1994 года N 279ц отменил с 1 ноября 1994 года предельные торговые надбавки к отпускным ценам предприятий-изготовителей, предусмотренные Положением о порядке формирования и применения свободных цен и тарифов, утвержденным постановлением Департамента цен от 13.06.94 г. N 135ц и дополнением N 2 к нему.

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Органам управления торговли облисполкомов и Минского горисполкома:

1.1. Принять к руководству и исполнению постановление Департамента цен от 26 октября 1994 года N 279ц.

1.2. В целях недопущения резкого роста розничных цен на переходный период исходя из местных условий регулировать торговые надбавки на отдельные социально значимые продовольственные и непродовольственные товары в соответствии с пунктом 4.1. приказа Минторга от 29 сентября 1994 года N 64, согласовав их с обл(гор)исполкомами. Оптовые надбавки определить в договорах по согласованию сторон.

2. Считать утратившими силу п.4.2. приказа Минторга от 29.09.94 г. N 64, приказы Минторга от 01.08.94 г. N 47 "О распределении оптовых надбавок", от 11.08.94 г. N 51 "О распределении торговых надбавок на сухие молочные смеси и мясные консервы для детского питания", от 18.08.94 г. N 53 "О ценах и торговых надбавках на концентрированные корма".

Министр

В. И. БАЙДАК

О внесении изменений в "Правила организации продажи промышленных товаров в порядке безналичных расчетов на территории Белорусской ССР"

Приказ Министерства торговли РБ от 30.11.1994 г. N 88

С целью улучшения обслуживания покупателей по расчетным чекам Сберегательного банка и по согласованию со Сберегательным банком Республики Беларусь

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Пункт 3.2 "Правил организации продажи промышленных товаров в порядке безналичных расчетов на территории Белорусской ССР", введенных в действие приказом Министерства торговли от 16 августа 1990 г. N 43, изложить в следующей редакции: "3.2 Обмен чека из чековой книжки на наличные деньги предприятием торговли не производится. При расчете за товар чеком из чековой книжки допускается доплата наличными деньгами в сумме до 20 процентов стоимости покупки, а также выдача сдачи до 5 процентов стоимости покупки; при расчете за товар расчетным чеком допускается выплата сдачи или доплата наличными деньгами до 20 процентов суммы, указанной в расчетном чеке".

2. Органам управления торговли довести настоящее изменение всем предприятиям торговли для руководства и исполнения.

3. Считать утратившим силу письмо Министерства торговли от 2 октября 1990 г. N 07-03/143.

Заместитель министра

Т. К. КРИВЕНЯ

ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДНОВОГОДНЕГО И НОВОГОДНЕГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Письмо Минторга РБ от 24.11.1994 г. N07/12—170

Для обеспечения должного торгового обслуживания населения в предновогодние, новогодние и рождественские дни просим принять необходимые меры по приведению предприятий торговли и общественного питания в надлежащее состояние и до 15 декабря завершить оформление предприятий торговли и общественного питания в новогодней тематике, создать праздничную обстановку в торговых залах, предусмотреть наличие новогодних и рождественских открыток на столах в ресторанах, кафе, столовых.

Совместно с поставщиками, промышленными предприятиями, коммерческими структурами:

проработать вопросы производства, накопления и своевременной доставки товаров для предпраздничной и праздничной торговли;

организовать своевременную работу елочных базаров, завоз и торговлю елочными украшениями, подарками, сувенирами и другими товарами;

с 24 декабря 1994 г. по 7 января 1995 г. обеспечить проведение выставок-продаж кулинарных, кондитерских изделий, полуфабрикатов в магазинах кулинарии, у проходных промышленных предприятий, в фойе ресторанов, кафе, столовых, в том числе авторских и выставок-консультаций;

перевести на 2-3-сменную работу булочно-кондитерские и коптильные цехи;

совместно с учреждениями культуры организовать проведение предновогодних и рождественских ярмарок на площадях и рынках городов, обслуживание общегородских мероприятий в новогоднюю ночь, обеспечить широкую рекламу этих мероприятий через печать, радио, телевидение;

в предприятиях общественного питания провести консультации по приготовлению блюд и сервировке праздничного стола;

организовать прием заказов на обслуживание новогодних и рождественских вечеров, изготовление кулинарных, кондитерских изделий, полуфабрикатов;

решить вопрос о продлении в предпраздничные и праздничные дни режима работы предприятий торговли и общественного питания.

Заместитель министра

Т. К. КРИВЕНЯ

ИНФОРМАЦИЯ О РЫНКАХ — НА КОНЧИКАХ ВАШИХ ПАЛЬЦЕВ

Поскольку рыночные условия сложны и постоянно меняются, то быстрое получение торговой информации стало очень важным для успешной торговли. Благодаря новым достижениям в области международных телекоммуникаций и параллельному развитию баз данных, к которым можно получить доступ при помощи этих средств, торговая информация стала намного доступнее, чем в прошлом, потому что сейчас можно получить доступ к удаленным источникам информации в течение небольшого промежутка времени. Эти изменения в передаче информации стали особо ценными для развивающихся стран, которые зачастую расположены вдали от целевых рынков и испытывают острую нехватку свежей коммерческой информации.

МТЦ изучает базы данных, имеющих отношение к международной торговле, на предмет их пригодности для экспортеров/импортеров в развивающихся странах. Из тысяч баз данных по всему миру МТЦ отобрал имеющие наибольший интерес для исследователей рынков, и их число ненамного превышает 100. О некоторых из наиболее ценных для импортеров и экспортеров речь пойдет ниже.

Основные виды

Для импортеров и экспортеров некоторые виды информации жизненно необходимы для успешной работы на международных рынках. Сюда входят: детальная информация по товарам и рынкам, информация по коммерческому и экономическому развитию, имеющая влияние на международную торговлю, информация о компаниях, активно работающих по данному товару, статистическая информация по объему рынка, ценам на товары, торговые возможности, вытекающие из новых промышленных проектов, технические требования и торговые ограничения по конкретным товарам.

Товары и рынки

Большое количество баз данных предоставляет информацию по определенным товарам и рынкам. Они были разработаны аналитиками, которые систематически изучают большое количество периодических изданий, отчетов и книг на разных языках.

Некоторые из этих баз данных, например, Agris, Predicasts (PTS), F&S Indexes и Trade and Industry Indexes дают ссылку на источник и краткое содержание в виде ключевых слов (по странам, товарам и т.д.). Другие в настоящее время дают краткое содержание с главными выводами и дополнительной информацией: ABI/Inform, BIS Informat, Delphes и Predicasts Prompt. Все возрастающее количество баз данных приводят полные тексты документов: Frost & Sullivan Market Reports, Financial Times и Texteine.

Некоторые области достаточно хорошо представлены в этих базах данных: полезные ископаемые, химические продукты и высокотехнологичные продукты. Однако такие потребительские товары, как игрушки, мебель, украшения и товары народных промыслов не всегда так широко освещены. Более того, многие из этих баз данных имеют тенденцию ограничиваться североамериканским и западноевропейским рынками несмотря на то, что некоторые их разработчики предпринимают усилия по диверсификации географического охвата.

Большинство библиографических баз данных специализируются по

товарам: ARI Network (бывшая Agridata), Agris и CAB (по проблемам сельского хозяйства); Chemical Business Newsbase и Chemical Industry Notes (химические продукты), Coffeline (кофе); Globefish (рыба); PIRA и PSTA (бумага и упаковка); PAPRA (резина);

рынкам: ABC (охватывает Бельгию, Германию, Люксембург и Нидерланды); Arab Information Bank (арабские страны); Asia — Pacific (азиатские и тихоокеанские страны); Cerved (Италия); Firmimport (Франция); DNEE, HUCO, IKCF, SINU и SOPAD (Центральная и Восточная Европа); Info-South (Латинская Америка); Nikkei (Япония); OAS/Sice (Северная Америка); UK Importers (Великобритания).

Некоторые из этих баз данных (Agris, CAB и NTIC) содержат в основном техническую информацию, но также освещают экономические и коммерческие вопросы. Например, Agris, созданная и обновляемая Организацией ООН по продовольствию и сельскому хозяйству (FAO), в сотрудничестве с сетью других организаций охватывает все вопросы сельского хозяйства и состоит из 1,5 млн.элементов, из которых относительно малая часть (тем не менее более 100000!) имеет отношение к международной торговле.

Последние рыночные изменения

Многие из основных агентств новостей имеют информацию, которую можно получить в режиме online. Это источники информации по событиям, которые оказывают воздействие на ситуацию на данных рынках. В этих базах данных информация хранится от нескольких недель до нескольких месяцев. В некоторых случаях информация переводится. Крупнейшие хосты (т.е. фирмы или организации, которые оказывают услуги по базам данных) по такой информации — это Mead (Nexis) и Newsnet (в США). Но крупнейшие европейские и японские информационные агентства также доступны через другие хосты.

Компании

Информация, на основе которой компании покупают и продают свои товары, также обладает особой важностью для внешней торговли. Некоторые базы данных состоят из экстенсивных списков компаний в данных странах и регионах, например, Firmexport, Cerved, Kompass, Dun&Bradstreet (D&B), ABC, Hopponstedt, Thomas Register. Большинство из них доступно в настоящее время на КД-ПЗУ (компактный диск — постоянное запоминающее устройство), приобретение которого требует денежных вложений, но не расходов на телекоммуникационные расходы. Другие, такие как Bow, Business, World Trade Centres, содержат информацию за ограниченный период времени. Во многих из этих баз данных производители и экспортеры рассматриваются значительно шире, чем импортеры.

Статистическая информация по объему рынка

Торговая статистика является ключевым инструментом при определении объема рынка, Существует значительное количество баз данных по различным аспектам статистики.

Важнейшие экономические индикаторы ООН, МВФ, Организации экономического сотрудничества и развития, ЕЭС сейчас можно получить как в режиме online, так и на магнитной ленте, дискетах или КД-ПЗУ.

Поскольку объем торговой статистики значителен, то получение ее на КД-ПЗУ более выгодно, чем в режиме online. Торговая статистика США и ЕЭС доступна теперь в этом виде. В качестве классификатора используется гармонизированная система описания и кодирования товаров, или гармонизированная система. Эта информация может быть передана на статистическое программное обеспечение для дальнейшего анализа. Статистика ООН (база данных Comtrade), охватывающая около 100 стран и территорий, доступна на магнитной ленте и микрофишах. МТЦ планирует выпустить серии по годам на КД-ПЗУ.

Только около 100 баз данных могут представлять интерес для исследований рынка.

Статистические серии FAO по годам Agrostat доступны на дискетах и дают относительно полную статистическую информацию, охватывают всемирное производство сельхозпродуктов и торговлю (зерновые и скотоводство), а также информацию по наличию продуктов питания, их использованию и потреблению, по древесине. Она может быть передана на статистическое программное обеспечение для дальнейшей обработки.

Online база данных Tradstat, объединяющая информацию по 20 наиболее индустриально развитым странам и основанная на данных национальных таможен, является ценным источником информации для проведения поиска по конкретным специфическим вопросам.

Цены на товары

Цены спот по большинству товаров (котируемых на товарных биржах) ежедневно поставляются лидирующими агентствами новостей (такими как Рейтер, Диалком и ЮПИ). По продуктам сельского хозяйства базы данных ARI Network и Pronet охватывают рынок США, в то время как Coleacp охватывает рынок ЕЭС. Служба рыночных новостей МТЦ дает ценовую информацию по рынкам Европы, Северной Америки, Ближнего Востока и Азиатскому рынку по широкому спектру фруктов и фруктовых соков, овощей, приправ, цветов, декоративных растений, лесоматериалов, рису, коже и кожевенному сырью и фармацевтическим природным материалам. Существует возможность получения цен (ежедневно, еженедельно, раз в

Менеджеру на заметку

две недели или раз в месяц в зависимости от товара) в режиме online, по факсу или телексу.

Промышленные проекты

Информация о новых экспортных возможностях часто может быть выявлена через информацию о тендерах или при объявлении о реализации нового промышленного проекта. База данных Tenders Electronic Daily, распространяемая через хосты Data-Star и Echo, охватывает тендеры ЕЭС. Эту информацию также можно регулярно получать по телексу из Echo. Описание международных проектов (таких как Scan-a-bid) также содержит информацию о предъявляемых требованиях. Хост GBI разработал базы данных (в настоящее время Bow и Huntech), направленные на поощрение промышленного сотрудничества и создание совместных предприятий в Центральной и Восточной Европе.

Стандарты и ограничения

Быть информированными о стандартах и ограничениях на торговлю является постоянной задачей импортеров и экспортеров. В настоящее время организации по стандартизации Канады, Франции, Германии, Великобритании и Соединенных Штатов обеспечивают online доступ к своим базам данных. Noriane (из организации по стандартизации Франции AFNOR) также дает информацию по стандартам ISO и IEC (Международная электротехническая комиссия) наряду с информацией по торговому законодательству ЕЭС, которая также включена в базу данных Celex. Разработаны 2 КД-ПЗУ по техническим стандартам, в частности, Perinorm, куда входят стандарты BSI (Британская организация по стандартизации), AFNOR и DIN (Германская организация по стандартизации) наряду с международными стандартами IEC и ISO и Standards Infodisk/ILI с более широким охватом стран и стандартами ISO, IEC, CEN (Европейская комиссия по стандартизации), CENELEC (Европейская комиссия по электротехнической стандартизации) и ITU (Международный союз по телекоммуникациям).

Департамент по торговле и промышленности Великобритании разработал новую базу данных (Spearhead), направленную на изучение предложений по новому законодательству ЕЭС в соответствии с концепцией единого рынка. Когда предложения из базы данных принимаются ЕЭС, то они добавляются к базе данных Celex.

Некоторые КД-ПЗУ являются библиографическими справками и/или выдержками из законопроектов ЕЭС.

Недавно издательством Justis был выпущен КД-ПЗУ по восточноевропейскому законодательству.

Прочая информация

Другие базы данных, которые охватывают специфические вопросы международной торговли, включают, например:

меры контроля торговли (тарифными и нетарифными ограничениями) — эта база данных охватывает 44 страны и подготовлена ЮНКТАД. Она доступна на дискете и содержит информацию об импортерах и большой объем статистики по международной торговле;

торговые ярмарки на несколько ближайших лет (Fairbase);

расписание движения кораблей в некоторых гаванях (Piers и Tradstat).

Поскольку индустрия online быстро развивается и меняется, то ни один список баз данных не может быть полным во всех отраслях международной торговли. Поэтому некоторые справочные материалы МТЦ являются важным дополнением к существующему списку потому, что они детально рассматривают технику поиска и примеры стратегии поиска. Это четыре тома с общим названием "Стратегия поиска в некоторых избранных базах данных", включающих в себя информацию о рынках, деловых контактах, статистике и ценах, а также информацию по торговому регулированию и техническим стандартам.

Подключение online

Наиболее подходящим оборудованием для подключения к базе данных является персональный компьютер, подключенный при помощи модема к информационной сети. Руководство местных телекоммуникационных служб может проинформировать вас, как подключиться к национальной сети с коммутацией пакетов, о стоимости и рекомендуемых модемах. Наиболее широкое распространение получили модемы с быстродействием 1200bps или 2400bps. В некоторых странах скорость может достигать 9600bps, в то время как в других нельзя превысить 300bps из-за сильного уровня помех на линии.

Многие телекоммуникационные пакеты программного обеспечения могут обеспечивать следующие автоматические услуги: автонабор, поиск online и хранение результатов на жестком диске или дискете для дальнейшей обработки и распечатки. (Распечатка из online происходит очень медленно и используется все меньше и меньше.)

Рекомендуется пользоваться ограниченным количеством хостов и для начала выбрать два или три. Большинство баз данных не требует денег за подписку и требует оплату только за конкретное время поиска. Для того, чтобы ознакомиться с методикой поиска и форматами баз данных, необходимо время и длительная практика. Выбор первоначальной базы данных зависит от соответствующей базы данных с учетом их содержания, рыночных ограничений, используемого языка и географического месторасположения.

Хосты готовят специальные учебники для пользователей. Эти справочники детально рассматривают все базы данных, доступные в хосте и необходимое программное обеспечение для поиска. Обычно есть подписка на обновляемые издания. Также из хостов можно получить специальные учебные материалы на дискетах и видеокассетах. Кроме этого, может быть проведено обучение на различных языках и в различных местах.

Поиск

Каждый сеанс поиска должен быть тщательно подготовлен для того, чтобы минимизировать количество ошибок и время, потерянное на колебания (время — деньги, особенно в режиме online). Некоторые базы данных (например, Prompt) специализированы по странам, товарам и функциям тезауруса, которые необходимо изучить до сеанса. Многие из них используют стандартные классификаторы товаров, как например, SITC (Стандартная международная торговая классификация), SIC (Стандартная промышленная классификация) или гармонизированная система, которым надо отдать предпочтение при уточнении результатов — это точнее, чем искать по названию товара.

Если возможно, то предпочтительно использование специализированных баз данных (Coffeeline для кофе, CIN для химических материалов, Perinorm и Celex по законодательству ЕЭС и т.д.). Для того, чтобы осуществить выбор среди общих online баз данных, можно прибегнуть к файлам перекрестных ссылок ("Cros" в Datastar, Dialindex в Dialog, Infomaster в Easylink), которые показывают частотность обращений за определенными терминами в выбранных группах. Эта возможность позволяет избежать баз данных с недостаточным освещением интересующей области. В любом случае исследователь должен знать о стоимости поиска, которая может сильно варьироваться. Например, информация о компании может стоить от 0.80 долл. США до 4 долл. США.

В режиме online поиск должен вестись очень быстро. Если первоначально было получено слишком много информации, то необходимо сузить поле поиска при помощи дополнительных ключевых слов и необходимо проверить заголовки перед полным получением информации. Если объем информации по-прежнему велик, то можно прибегнуть к запросу offline и попросить хост прислать результаты по почте. Если пользователь регулярно изучает один и тот же вопрос, то можно прибегнуть к опции выборочного распространения информации. При этой системе поиск повторяется автоматически (например, еженедельно, ежемесячно, ежеквартально и т.д.), и результаты отправляются автоматически, сберегая тем самым значительные расходы на поиск.

Использование результатов и проверка стоимости

Результаты должны храниться в хорошо организованной архивной системе на дискетах или в системе управления файлами на жестком диске для быстрого извлечения информации. В таком случае различные пользователи смогут обращаться к результатам предыдущих поисков и учиться на опыте других пользователей.

В случае с библиографическими базами данных результатом сеанса поиска становится ссылка с ключевыми словами или кратким содержанием опубликованного материала. Некоторые базы данных имеют дополнительные услуги по заказу полного текста оригинала или ксерокопий (в настоящее время организации по страндартизации могут поставлять тексты технических стандартов). Кроме этого, выбранные документы можно заказать в местной библиотеке.

Каждый сеанс поиска должен быть тщательно подготовлен для минимизации времени, проведенного в режиме online.

Касательно информации по компаниям: некоторые базы данных по заказу могут изготовить этикетки на липкой ленте (в настоящее время ABC и Brandstreet). В случае со статистической информацией может быть полезным выбор отдельной информаци по годам для дальнейшей обработки на персональном компьютере. Эта информация может быть достаточно дорогой в режиме online из-за большого объема.

Стоимость поиска в режиме online надо систематически контролировать. Некоторые базы данных имеют дополнительную сервисную функцию, которая при помощи специальной команды позволяет получить стоимость сеанса по его окончании. Цифра, однако, не включает стоимости телекоммуникационных расходов.

Стоимость online базы данных может сильно варьироваться в зависимости от страны. В настоящее время подключение через сеть с коммутацией пакетов намного дешевле и надежнее, чем доступ посредством междугородного звонка (см. "Рациональное использование online баз данных", "Форум", 4/1991, стр.4).

Если расходы слишком велики и поиск слишком сложен, то решением проблем может стать "информационный брокер". Такой агент ведет поиск по запросу, возможно, по более низким расценкам, если агентство имеет выгодное географическое месторасположение и современное оборудование. Вопросы, посылаемые брокеру, должны быть точными. Иначе брокер может предпринять поиск, который будет слишком широким и слишком дорогим.

Использование КД-ПЗУ

Этот тип компактных дисков с объемом памяти до 600 мегабайт (что равно 300 книгам по 1000 страниц каждая) используется для хранения и распространения больших объемов информации, например, статистической информации. Поскольку популярность этого носителя очень велика, то себестоимость производства дисков значительно упала, а программное обеспечение по получению информации с дисков становится все более дружественным пользователю. Рыночная стоимость информации на КД-ПЗУ колеблется в зависимости от источника (от 35 до 20000 долл. США за диск). В некоторых случаях можно подписаться и получать обновленную информацию: статистика ЕЭС (ежемесячно), библиографическая база F&S (ежемесячно), Perinorm (ежемесячно), Standards Infodisk/ILI (ежеквартально), CD/Export (раз в два года), Справочник импортеров и экспортеров США (раз в два года).

В настоящее время дисководы для КД-ПЗУ можно приобрести по приемлемой цене (от 500 до 1000 долл. США) как в виде периферии, так и встроенные в обычный персональный компьютер. В рамках локальной сети через многодисковый "проигрыватель" несколько пользователей могут получить доступ к нескольким компакт-дискам, что избавляет от необходимости приобретать индивидуальные проигрыватели. Такая "электронная библиотека" уменьшает общую сумму расходов и уменьшает риск потери информации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведение поиска в базах данных — это сложная деятельность, которая может быть очень дорогой и может принести разочаровывающие результаты, если поиск проводится неэффективно и нецелесообразно. Однако если поиск проводится обученным персоналом и хорошо подготовлен, то поиск в online базах данных и/или все чаще в базах данных на КД-ПЗУ дает доступ к широкому спектру полезной и своевременной торговой информации, которая часто недоступна через традиционные каналы и может служить хорошим инструментом в работе организаций по продвижению торговли.

Бернард АНСЕЛЬ,
руководитель службы торговой информации МТЦ
Соня ШРИВАСТАВА,
советник по торговой информации

На минских улицах — век металла

ТОРГОВЫЙ РЯД

Плотные ряды киосков украшают многие улицы почти всех городов Беларуси. Украшают ли? Или все-таки уродуют? Минские архитекторы решили, что эти временные торговые точки мелкорозничной торговли, более известные в народе как ларьки и "комки", наносят непоправимый вред восприятию городской среды и архитектурному облику столицы. С одной, впрочем, оговоркой, что имеющиеся деревянные домики наносят, а вот металлические — нет. Так как внешний вид последних будет существенно выше.

Принято соответствующее решение Мингорисполкома о постепенной замене по мере физического старения и износа деревянных киосков на металлические. Опять же с оговоркой, что по основным магистралям города этот процесс замены должен быть ускорен и досрочно завершен.

Три киоска ДТ "Первомайский" изготовлены из металла, но обшиты деревом. И стоят аккурат на самой главной магистрали — проспекте Скорины. А где им еще стоять, если не рядом с родным магазином? Вид у них еще довольно ничего, вполне сносный, на наш взгляд, конечно. А вот какого-либо иностранного президента они могут смутить своим видом. И что он о нас и нашей стране подумает? В конце концов, что для нас важнее — имидж державы или три каких-то киоска?

— Да, действительно собираются сносить, — подтвердила в телефонном разговоре директор ДТ "Первомайский" Тамара Вардомская. — А ведь установили мы их не по своей прихоти. В 1989 году все тот же Мингорисполком буквально заставил нас поставить их именно на этом месте. Киоски мы купили, естественно, за свои деньги, а не за деньги исполкома. Стоили они в ту далекую пору три тысячи — половину "Жигулей". В 1992 году дом торговли "Первомайский" стал народным предприятием и деньги начал считать еще тщательнее.

Решение снести киоски — удар по карману трудового коллектива. Да и куда пристроить тех работников, которые торговали в них? Конечно, люди без дела не останутся, но киоски ведь давали и план, выполняли товарооборот. За них платили арендную плату, которая пополняла городскую казну. Кстати, и снос этих сооружений также денег стоит.

С этими рассуждениями директора трудно не согласиться. Но ведь такие же аргументы в защиту своих торговых точек может привести каждый из владельцев киосков. Конечно, голос директора крупного торгового предприятия звучит весомее, чем голос частного предпринимателя — владельца единственной торговой точки. У него этот киоск — вся торговая площадь, а у дома торговли они — капля в море.

Решение принято, и его надо выполнять. Как сообщили в ГлавАПУ, киоск не зря называется временной торговой точкой, разрешение на его установку дается всего на год. Потом продлевается. Или, как в данном случае, не продлевается.

В ГлавАПУ мыслят масштабно, судьбой каждого киоска не интересуются и прояснить ее, увы, не могут. Посоветовали обратиться к районному архитектору, уж он-то точно знает все беды. Но, увы, телефон его упрямо молчал... Да и что мог сказать районный чиновник, если есть решение вышестоящих органов?

Михаил ВАЛЬКОВСКИЙ

В ИНТЕРЕСАХ УЧАСТНИКОВ ДОГОВОРНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Справочник арбитражных судов Российской Федерации

(адреса и телефоны)

Продолжение. Начало в № 5 7

Арбитражный суд, адрес, телетайп	Код города	Разница во врем.	Телефон служебный
1	2	3	4
12. Волгоградский областной арбитражный суд			
400005, г.Волгоград, ул.7-я Гвардейская, 2	844-2	+1 час	
Телетайп 117446 "ЗАКОН"			
Председатель КОМОВ Станислав Иванович			секретарь 34-00-78
Зам.председателя ЛАЗАРЕНКО Федор Ильич			34-15-81
Зам.председателя ГЛУШКОВА Светлана Александровна			34-68-37
Канцелярия			34-00-78
13. Вологодский областной арбитражный суд			
160008, г.Вологда, ул.Пушкинская, 25	817-22	+1 час	
Телетайп 146238 "КЕДР"			
Председатель МАТЕРОВ Николай Владимирович			2-04-01
Первый зам.председателя ЛЕВИЧЕВА Светлана Анатольевна			2-63-68
Зам.председателя ХВОСТОВ Евгений Александрович			2-49-71
Канцелярия			2-04-01
14. Воронежский областной арбитражный суд			
394030, г.Воронеж, ул.Среднемосковская, 77	073-2	+1 час	
Председатель АНОХИН Виктор Стефанович			приемная 52-66-62, 55-15-66
Первый зам.председателя ИВАНОВА Раиса Емельяновна			55-53-38
Зам.председателя ЛАРИНА Екатерина Ивановна			56-42-51
Канцелярия			52-53-44
15. Высший арбитражный суд Республики Дагестан			
367013, г.Махачкала, улица Ленина, 91	872-00	+1 час	
Телетайп 175331 "АМУР"			
Председатель АБДУЛЛАЕВ Кайбулла Ибрагимович			7-73-16
Первый зам.председателя ГАСАНОВ Эфенди Абдиевич			7-56-85
Канцелярия			7-73-16 приемная
16. Арбитражный суд Еврейской автономной области			
682200, г.Биробиджан, Театральный пер., 10	заказ	+7 часов	
Председатель КАЧАЛИН Павел Иванович			6-23-02, 6-00-01
Первый зам.председателя ШИШКИН Николай Иванович			6-24-89
Зам.председателя БЕРТРАМ Людмила Филипповна			6-23-68
Канцелярия			6-00-01
17. Ивановский областной арбитражный суд			
153303, г.Иваново, пр.Ф.Энгельса, 94, телетайп 227028 "Исток"	093-2	+ 1 час	
Председатель БРЯНЦЕВ Николай Михайлович			37-42-80
Зам.председателя ВОРОБЬЕВА Евгения Ивановна			32-94-42
Зам.председателя ГОРИНОВА Нина Иосифовна			32-03-08
Канцелярия			37-42-80
18. Высший арбитражный суд Ингушской республики			
Рабочий поселок Карабулак Сунженского района, ул.Быхайлова, 17	871-2		
Председатель КОТИКОВ Ахмет Израилович			
Канцелярия			
19. Иркутский областной арбитражный суд			
664000, г.Иркутск, ул.Степана Разина, 6	395-2	+ 5 часов	
Председатель АМОСОВ Сергей Михайлович			24-33-97
Первый зам.председателя МАТИНИНА Любовь Николаевна			24-65-68
Канцелярия			24-25-49
20. Высший арбитражный суд Кабардино-Балкарской республики			
360051, г.Нальчик, ул.Шортанова, 130а	866-22	+ 1 час	
Председатель КУНАШЕВ Адальби Хамедович			5-41-63 приемная 5-53-68
Зам.председателя ПОНОМАРЕВ Сергей Михайлович			5-51-62
Зам.председателя БЕЧЕЛОВ Анатолий Борисович			5-53-82
Канцелярия			5-28-22
21. Калининградский областной арбитражный суд			
236040, г.Калининград, ул.Рокоссовского, 2	011-2		
Председатель ВОЛКОВ Виктор Сергеевич			43-24-71
Зам.председателя ПЯТЕРЕНКО Елена Владимировна			43-04-84
Канцелярия			43-24-71
22. Высший арбитражный суд Республики Калмыкия—Хальмг Тангч			
358000, г.Элиста, ул.Пушкина, 9	865-71	+ 1 час	
Председатель МАНЖЕЕВ Николай Васильевич			5-82-33, 5-77-02
Первый зам.председателя САНГАЕВ Герман Леонидович			5-43-56
Зам.председателя САВЧЕНКО Тамара Михайловна			2-14-24
Канцелярия			5-42-14

Продолжение следует.

Календарь выставок на 1995 год

ВК "Экспосервис" совместно с выставочным обществом "Экспофорум"

(Беларусь, г.Минск)

* "МІНСКІ КІРМАШ — ЖАНЧЫНАМ"
II Торговая ярмарка для женщин 01.03. — 06.03.

"Мінскі кірмаш Вясна-95"
X Минская международная универсальная ярмарка 05.04 — 08.04.

* "КОНСУМЭКСПО-95"
Международная выставка 17.05 — 21.05.

"Мебель-95"
Минская международная выставка 30.05 — 03.06.

"Все для дома"
III Международная ярмарка 28.06 — 01.07.

"Детский мир"
Торговая ярмарка для детей 22.08. — 26.08.

"Современный офис и банк"
IV Международный салон 23.08. — 26.08.

* "МЕДИЦИНА-95"
III Международная выставка 05.09. — 08.09.

"Мінскі кірмаш Восень-95"
XI Минская международная универсальная ярмарка 04.10. — 07.10.

"Пиво-95"
II Международная ярмарка 04.10. — 07.10.

* "ИНТЕРПРОДУКТ-95"
II Международная выставка 27.11. — 01.12.

* "НАВАГОДНІ МІНСКІ КІРМАШ"
II Торговая новогодняя ярмарка 24.12. — 30.12.

* **УСТРОИТЕЛИ: "Минскэкспо", "Экспосервис", "Экспофорум"**

Организуйте свой бизнес

ИЩУ ПАРТНЕРА

* Египетская компания "Graphite & Stationery Co", имеющая 28 дочерних предприятий, предлагает для экспорта в Беларусь большой перечень наименований канцелярских принадлежностей (карандаши, ленты для пишущих машинок, калькуляторов, телексов и т.д., клей и многое другое), готова осуществлять операции на бартерной основе (вызывают интерес в первую очередь бумажные и полиграфические материалы, ленты из искусственных волокон).

Ramses Str., Extension, Nasr City Cairo-Egypt P.O.Box : 1510 Cairo
Phone: 603873-603831
Fax: 2613016

* Фирма "Manary International Est." (Саудовская Аравия) импортирует все виды текстильной и вязаной одежды, полотенца, другие товары народного потребления.

P.O.BOX 675, AL-KHOBAR-31952, Saudi Arabia.
Tel.:8645639
Fax:8982313

* Фирма "Linco Impex Ltd." (Великобритания) производит и экспортирует средство для удаления волос для мягкой шелковистой кожи (изготовлено из натуральных продуктов и прошло испытания).

Linco House, Manchester Road, Carington, Manchester, M 311 4 BX, England
Tel.: 061-777 9229
Fax: 061-777 9112

* Фирма "Tayseer Recent Est." (Саудовская Аравия) импортирует продукты питания, предметы домашнего обихода, пластиковые и текстильные материалы, косметическую продукцию, готовую одежду.

P.O. BOX 2613, AL-KHOBAR-31952, Saudi Arabia.
Tel.: 03-8646438-8642924
Fax: 03-8952537

* Фирма "Guandong Machinery Imp/Exp Corp & (Group)" (Китай) производит и экспортирует высококачественный садовый инвентарь и садовые скамейки.

726 Dong Feng Rd. East, Guangzhou-510080, China
Tel.:86-20-7782168
Fax:86-20-77711844, 77711703

* Фирма "Hussain Suleiman & Co." (Республика Йемен) импортирует готовые фармацевтические и медицинские товары.

P.O.BOX 3358
Hodeidah,
Republic of Yeman
Tel.: 245320-246293
Fax: 211 741

(По материалам МВЭС)

ТОВАРНЫЕ РЫНКИ — ВЫБОР ДЛЯ ВСЕХ

N	Наименование	Характеристика	Цена	Город	Тел./факс
	ПОКУПАЕМ				
	Продукция пищевой промышленности				
1	Растительное масло		дог.	г.Минск	8(0172) 32-94-64
2	Сахар		дог.	то же	то же
3	Мука		дог.	то же	то же
4	Гречневая крупа		дог.	то же	то же
5	Маргарин		дог.	то же	то же
6	Тушенка		дог.	то же	то же
7	Молоко сгущенное		дог.	то же	то же
8	Молоко концентрированное без сахара		дог.	то же	то же
9	Сливочное масло		дог.	то же	то же
10	Сыры твердые		дог.	то же	то же
11	Консервы рыбные в масле		дог.	то же	то же
12	Рис в мешках по 50 кг	аккредитив, оплачиваемый через 2 недели	дог.	г.Варшава	33-51-24 Ян Крынски
13	Пшеница 3 класса	содержание клейковины 23% и выше		г.Курск	8(0710) 56-76-27, 8(07100) 2-99-92
14	Масло растительное		дог.	то же	то же
15	Казеин пищевой для пр-ва сыра и технический		дог.	г.Брянск	8(08322) т/ф 4-95-63
16	Мука пшеничная высшего и 1 сорта		дог.	г.Курск	8(0710) 56-76-27, 8(07100) 2-99-92
17	Тушенка пр-ва СНГ в кол-ве 3-5 вагонов в месяц	в жестяных банках	дог.	г.Пермь	8(3422) т/ф 34-84-05
18	Молоко сухое	жирн. до 1,5%; влажн. до 4%; протеиновое число 32; постоянная поставка	дог.	г.Москва	8(095) 928-35-82, ф 928-27-02
19	Сухое молоко		дог.	Болгарил, г.Пазарджик	8(034) 2-06-29, 2-09-88, 2-83-37
20	Ячмень, подсолнечник		дог.	то же	то же
	Текстильная продукция				
1	Польская фирма купит нить полиамидную	текс. 1,7; 2,2; 3,3	дог.	г.Варшава	33-51-24 Ян Крынски
2	Нить акриловая	текс. 25x1	дог.	то же	то же
	Нефтепродукты				
1	Силиконовая смазка (крем) для защиты рук	ТУ 47-7-4К/68; 47-7-73	дог.	г.Гомель	8(0232) 52-54-00 Ерофеев, 52-53-89 Малахов, ф. 50-76-07
2	Сахарин	ГОСТ 2150 или ТУ 646-126-80	дог.	то же	то же
3	Мазут		дог.	г.Харьков	8(0572) 30-28-79
	Черные металлы				
1	Берем на реализацию металлопрокат на территории РБ	на условиях консигнации	дог.	г.Минск	8(0172) 62-56-10, 62-56-12, 62-96-10, ф. 62-88-81
	Лесопиломатериалы				
1	Фанера	ФК А/АВ Е1(2) Ш 2 ГОСТ 3916-89, толщина 12 мм, кол-во 30 куб.м.	дог	г.Гомель	8(0232) 54-63-29
2	Фанера	ФК А/АВ Е1(2) Ш 2 ГОСТ 3916-89, толщина 18 мм, кол-во 50	куб.м.	дог.	то же
1	Фанера	ФК А/АВ Е1(2) Ш 2 ГОСТ 3916-89, толщина 10 мм, кол-во 40	куб.м.	дог.	то же
	Электротехнические изделия				
1	Провод	ПШУС - 10 км, ПШУФ - 2 км	дог.	г.Брянск	8(08322) 1-58-31, 1-65-81
2	Проходной выключатель - 2000 шт		дог.	то же	то же
3	Шнур с проходным выключателем - 2000 шт		дог.	то же	то же
4	Переноска автомобильная со шнуром (для грузового автомобиля) - 1000 шт		дог.	то же	то же
5	Термообсадная трубка - 300 м		дог.	то же	то же
6	Диод	КД 209 АБВ, потребность 2000 шт	дог.	то же	то же
	Приборы				
1	Частотомер	Ч3-34, Ч3-33	дог.	г.Могилев	8(0222) 23-93-74
2	Магазин сопротивлений	Р 4831, Р 33	дог.	то же	то же
3	Источник питания	П 5-49, Щ 301-1, П 7-27, М 20-20, М 20-18	дог.	то же	то же
	Прочее				
1	Гобелен	300 м	дог.	г.Брянск	8(08322) 1-58-31, 1-65-81
2	Ворсовая ткань	500 м	дог.	то же	то же
3	Искусственный мех	300 м	дог.	то же	то же
4	Ситец плательный	1 км	дог.	то же	то же
5	Обжимка (колодка)	10000 шт	дог.	то же	то же
6	Полиэтилен	15.803-020 ПХВ, 15.303-002	дог.	г.Варшава	33-51-24 Ян Крынски
7	Профили закрытые	размеры 20x20x1,5 или 2; 50 тонн	дог.	то же	то же
8	Картон для изготовления 3-слойного картона		дог.	то же	то же
9	Сырое талловое масло (смесь смолистых и жировых кислот)	BN-80/7313-02	дог.	то же	то же
	ПРОДАЕМ				
	Продукция пищевой промышленности				
1	Скумбрия свежемороженая		дог.	г.Минск	8(0172) 32-94-64
2	Растительное масло		дог.	то же	то же
3	Вино ликерное		дог.	то же	то же
4	Крупа гречневая		дог.	то же	то же
5	В широком ассортименте плодоовощные консервы	возможен бартер	дог.	г.Минск	8(0172) 44-57-52, 44-65-81
6	Мясо креветки (криль)	варено-мороженое	дог.	г.Москва	8(095) 396-26-59 Хадеев
7	Продукты питания из Испании		дог.	г.Москва	8(095) 277-73-02
8	Маргарин	пр-ва Польши	дог.	г.Минск	8(0172) 66-28-69, 69-58-51
9	Маргарин	пр-ва Дании	дог.	то же	то же
10	Изюм с косточкой	в 4-слойных бумажных мешках по 25 кг. Сертификат имеется	дог.	Туркмения	8(3912) 49-48-35
11	Говядина без костей	пр-во стран ЕЭС свежезамороженная, блоки по 25 кг	дог	г.Минск	8(0172) т/ф 66-28-69, 69-58-51
12	Тушенка говяжья в банках пр-ва США		дог.	то же	то же
13	Говядина и свинина в собственном соку		дог.	то же	то же
	Косметика				
1	Губная помада, увлажняющий крем, крем для рук	по современной американской технологии	дог.	г.Минск	8(0172) 32-65-26, 32-32-24
	Машины и оборудование				
1	Насосы консольные моноблочные для воды	КМ 50-32-125 (КМ 8/18),КМ 65-50-125 (КМ 20/18),КМ 65-50-160 (КМ 20/30),КМ 80-65-160 (КМ 45/30), К-150-125-315	дог.	г.Минск	8(0172) 31-61-86, 32-86-31
2	Насосы консольные моноблочные для воды	КМ 80-50-200 (КМ 45/54),КМ 100-80-160 (КМ 90/20, КМ 90/35), КМ 100-65-200 (КМ 90/55), КМ 150-125-3156 (КМ 160/20)	дог.	то же	то же
3	Фекальные	СМ 100-65-200	дог.	то же	то же
4	Химические (аммиачные) для холодильных установок	ХМ 50-32-200	дог.	то же	то же
5	Топливные для бензина, дизтоплива, спирта	1 АСВН 80А, 1 АСЦЛ 20/24Г	дог.	то же	то же
6	Шестеренчатые	Ш 40/4	дог.	то же	то же
7	Вихревые	ВК 2/26, ВКС 2/26	дог.	то же	то же
8	Насос дозатор	НД 10-63-16	дог.	то же	то же
9	Задвижки с электроприводом	Д 100, Д 150	дог.	то же	то же
10	Вентили	Д 20	дог.	то же	то же
11	Лазерная физиотерапевтическая установка УЛФ-01		дог.	г.Сельцо Брянской обл.	8(08322) 1-58-31
12	Холодильные шкафы	ШХ-1, 12Н2, ШХ-12 Ю	дог.	г.Пермь	8(3422) 45-25-94
13	Шкафы пекарные трехкамерные с программным управлением		дог.	г.Минск	8(0172) т./ф. 32-80-07
14	Минипекарни различной комплектации		дог.	то же	то же
15	Новый автомобиль ЛУАЗ-969М		дог.	то же	то же
16	Оборудование для швейного цеха (установка, наладка, гарантия)		дог.	г.Минск	8(0172) 32-85-42
	Нефтепродукты, газ, топливо				
1	Бензин, печное топливо, дизельное топливо		дог.	г.Пермь	8(3422) 34-12-56, 43-12-80, ф. 34-18-10
2	Уголь антрацит		дог.	Ростовская обл.,г.Шахты	8(86362) ф.58-080, т.62-459
3	Уголь		дог.	г.Луганск	8(0642) 53-05-10, 54-70-13
	Продукция растениеводства				
1	Пшеница 2 гр. 3 класс		дог.	г.Ростов-на-Дону	8(8632) ф. 32-76-6, т. 32-77-41
	Строительные материалы				
1	Линолеум		дог.	г.Минск	8(0172) 32-96-45, 32-85-57
	Черные металлы				
1	Чугун		дог.	г.Луганск	8(0642) 53-05-10, 54-70-13
	Машины строительные				
1	Паркетошлифовальная машина		дог.	г.Москва	8(095) 444-92-97 Вдовенко, 448-67-15
2	Бельгийские миникирпичные заводы		дог.	г.Первомайск Алтайской обл.	8(06455) 6-47-50, 6-48-16
	Средства вычислительной техники				
1	Базы данных - Беларусь, Украина, Россия	Адресно-справочные базы данных: индекс, адрес, тел, код, факс, телекс, ФИО руководителя, выпускаемая продукция	дог.	г.Минск	8(0172) т/ф 69-58-51
2	Организация продает АЦПУ СМ 6362		дог.	г.Минск	8(0172) 32-90-62
	Текстильная продукция				
1	Костюмы мужские двубортные, на 3-х пуговицах	совместное пр-во	дог.	г.Минск	8(0172) 37-06-10
2	Костюмные шерстяные и п/ш ткани		дог.	то же	то же
	Меховые изделия				
1	Шкурки ондатры		8000 рос. руб./шт	г.Улан-Удэ	8(30122) 7-91-44, 6-32-44,3-12-39
	Прочее				
1	Путевки на сибирские курорты		дог.	г.Красноярск	8(3912) 49-44-87
2	Печь для бани		дог.	г.Тверь	8(08222) 3-75-25
3	Люстры хрустальные 6-ти, 9-ти рожковые, светильники люминесцентные		дог.	г.Адлер	8(8622) 45-45-14
4	Тормозная жидкость "Роса", тосол А 40 М, ацетон		дог.	г.Минск	8(0172) 52-49-72
5	Установка балконных рам из своего материала		дог.	г.Минск	8(0172) 32-94-64
6	Ручки дверные, мебельные, верхняя одежда		дог.	г.Минск	8(0172) 64-34-62

Страница товарного рынка подготовлена Центром информации Министерства торговли Республики Беларусь, ПТИ "Белторгсистема".

Ответы на возникшие вопросы Вы можете получить по тел.: 32-87-14, 32-94-64.
Наш адрес: 220013, г. Минск, ул. П.Бровки, 22, к. 810, 811

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ:
рекламу в таблице вы можете разместить, позвонив по тел./факсу 61-64-22(круглосуточно). Стоимость одной строки - 3500 руб.

наименование	характеристика	ед.	тыс. бб/н	USD	продавец	телефон
ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ						
МСК-3	МАШИНА ДЛЯ СЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ БИЛЕТОВ				НОВЫЙ ВЕК	668-482, 660-122
ЭТИКЕТ-ПИСТОЛЕТ	"BEST"	шт	*	50		
ЛЕНТА ДЛЯ ЭТИКЕТ ПИСТОЛЕТА			*	2		
КАССОВЫЕ АППАРАТЫ						
CASIO 117 ER	2отд., 8разр., ФИН. ОТЧ., г.6м.	шт	2403		МИНТЕХПРОМ	253-380, 208-201
SAMSUNG ER220	8отд., 9разр., ФИН. ОТЧ., г.6м.	шт	2047			
CMS120	2отд., 7разр., ФИН. ОТЧ., г.6м.	шт	1602			
ТЕЛЕФОНЫ, ТЕЛЕФАКСЫ						
PANASONIC KX-F150/130	ГАРАНТИЯ, СКИДКИ, ИНСТР.РУС.ЯЗ., РАСПРОДАЖА		*	430	ЭЛЕКТРОН	264-555 264-607
PANASONIC KX-F250/230	ГАРАНТИЯ, СКИДКИ, ИНСТР.РУС.ЯЗ., РАСПРОДАЖА		*	480		
PANASONIC	ТЕЛЕФОНЫ В АССОРТИМЕНТЕ, РАСПРОДАЖА		*			
ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТОВАРЫ						
ЧАСЫ	"KRONOS", "BELLS"(ТАЙВАНЬ), НАСТЕННЫЕ	шт	*	5-20	МИНТЕХПРОМ	253-380, 208-201
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА						
СИСТЕМЫ СПУТНИКОВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ, консультации, установка, гарантия			ДОГОВ.		НОВА	703-780
МЕБЕЛЬ, МАТЕРИАЛЫ						
МЕБЕЛЬ ОФИСНАЯ					БЕЛАССОЛЬ	691-727, 691-692
СТРОИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ						
ГИПС СТРОИТЕЛЬНЫЙ	ОПТ., РОЗН., ДОСТАВКА		ДОГОВ.		СВ. ВЕТЕР	786-147, 627-521
КЛЕЙ ПВА	ОПТ., РОЗН., ДОСТАВКА		ДОГОВ.			
СЕТКА "РЯБИЦА"	ОПТ., РОЗН.		ДОГОВ.		АГАПИТ	627-719
МЕЛ В МЕШКАХ	ОПТ., РОЗН., ДОСТАВКА		ДОГОВ.		СВ. ВЕТЕР	786-147, 627-521
ЦЕМЕНТ В МЕШКАХ	ОПТ., РОЗН., ДОСТАВКА		ДОГОВ.			
СОКИ, НАПИТКИ, СИГАРЕТЫ						
КЕТЧУП	ГЕРМАНИЯ, тетрапак		*	0.6	ОРГАНИЗАЦИЯ	394-350
СОК АПЕЛЬСИНОВЫЙ 50%	1л, 0.5л		*			
СИГАРЕТЫ	HOLLYWOOD, США		*	0.24	БЕЛТРАНСФЕР	295-222, 295-421
СИГАРЕТЫ	SHIRE LIVES, США		*	0.20	БЕЛТРАНСФЕР	295-222, 295-421
ШОКОЛАДНЫЕ БАТОНЧИКИ, КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ - широкий ассортимент			*		ОРГАНИЗАЦИЯ	394-350
ВСЁ ДЛЯ БУХГАЛТЕРА						
БИЗНЕС-БУХГАЛТЕРИЯ	сетевая автомат. с-ма полного компл. бухучета			от 800		202-985 209-207
БУХКОМПЛЕКС	компл.с-ма бухучета Призёр конкурсов бух.программ РБ и журнала "БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ" в Москве			от 294		
МЕРКУРИЙ	введение торг.-закуп., снаб.-сбыт.деятельности			от 185		
БИЗНЕС-МЕРКУРИЙ	сет. автом. с-ма ведения торг.-закуп., снаб.-сбыт.деятельности			от 550		
БИЗНЕС-КАДРЫ	учет кадров для предприятий всех форм собственности			230-390		
ДИВИДЕНД-АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ	управление ценными бумагами для АО, приват. предприятий, инвестфондов			300-420		
БИЗНЕС-АНАЛИЗ	анализ фин. и коммерч. деят., расч. и статист. инф. в виде граф. диаграмм			98		
ПЕРЕОЦЕНКА ОС	переоценка основных средств			45		
БИЗНЕС-СЕКРЕТАРЬ	автоматиз. делопроизв. и админ. деятельности			39		
ПРОФЕССОР	обучающая система по работе с ПЭВМ			28		
КУРСЫ	по теории бухгалтерии			30		
ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ БУХГАЛТЕРОВ, ОБУЧЕНИЕ ВЕДЕНИЮ БУХУЧЕТА НА КОМПЬЮТЕРЕ				25		
КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАМОТНОСТЬ, ПОСТОЯННЫЕ ПРАКТИЧ. ЗАНЯТИЯ НА КОМПЬЮТЕРЕ				12		
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БУХГАЛТЕРСКИЕ КОМПЬЮТЕРЫ				от 635		

ФИНАНСОВОЕ ОБОЗРЕНИЕ

УСЛУГИ	ПРИМЕЧАНИЕ		МИНИМ. СУММА	ОРГАНИЗАЦИЯ	ТЕЛЕФОН
ПОКУПКА И ПРОДАЖА СКВ ЗА Б/Н БЕЛ. РУБЛИ			1 МЛН.	СЭКАЙ-М	33-78-49
ПОКУПКА И ПРОДАЖА Б/Н СКВ ЗА НАЛИЧНУЮ			1 МЛН.	СЭКАЙ-ТС	33-78-27
ПРИВЛЕЧЕНИЕ СВОБОДНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ	5-9 БАНК. ДНЕЙ	-260 -266%	1 МЛН.	ТРАСТОВАЯ КОМПАНИЯ СЭКАЙ	33-09-31 33-78-35
	14-20 КАЛЕНД. ДНЕЙ	-270 -284%	1 МЛН.		
	21-29 КАЛЕНД. ДНЕЙ	-290 -295%	1 МЛН.		
	1 МЕСЯЦ	-270 -350%	1 МЛН.		
	3 МЕСЯЦА	-22 -32%	200$ В Б/Н БЕЛ. РУБ. ПО КУРСУ НББ		
	6 МЕСЯЦЕВ	-22.7 -33.3%			
	9 МЕСЯЦЕВ	-23.4 -34.5%			
	12 МЕСЯЦЕВ	-24 -36%			

* - ОПЛАТА В РУБЛЯХ ПО КУРСУ.



ВСЯ РОССИЯ

№4 *Газета региональной рекламы*

Выпуск для Минской, Могилевской, Брестской, Гомельской, Гродненской, Витебской областей

Адрес: 129224, Москва, ул. Осташковская, 26-64 (для писем) Газета зарегистрирована в Министерстве печати и информации. Рег.№012301
Телефоны в Москве: (095) 270-0931, 270-0054, 930-6387, 952-4568, 131-2256, 131-6700 Редактор выпуска Алексей Воробьев. Тираж 310 000 экз.

Компас покупателя

Как заметил внимательный читатель, мы в своих обзорах стремимся идти от простого к сложному. И если простые беспроводные телефоны достаточно распространены и популярны в деловых кругах, то более сложные, обладающие расширенными возможностями, еще довольно редки. А они также достойны внимания.

В повседневной практике достаточно распространена ситуация, когда вы пытаетесь дозвониться до кого-либо, а абонент занят. С радиотелефоном **PANASONIC 3621** процесс многократного дозвона покажется вам затруднительным: трубку все время приходится держать возле уха, вслушиваясь в сигналы АТС. Процесс повторного набора значительно облегчается, если "база" беспроводного телефона имеет функцию "громкой связи" (Speakerphon), иначе "свободные руки". Данная функция осуществляется простым нажатием на одну клавишу, и пока вас с абонентом не соединили, можете заняться иным делом — побеседовать с партнером, изучить документ — после соединения громкая связь подаст вам сигнал. Услышав ответ абонента, вы можете вести разговор, не снимая трубки, через громкоговорящую связь. Эти и другие удобства вам предоставят телефоны **PANASONIC 3911**. Дополнительная функция "Page/Intercom" даст вам возможность вести переговоры между "базой" и трубкой на дальности действия телефона, а это около 50 метров в городе.

И еще одна особенность этого аппарата — второй номеронабиратель на базе, благодаря которому вместе с "громкой связью" вы имеете практически два независимых телефонных аппарата, параллельно подключенных к одной линии. Кроме того, телефон Panasonic 3911 имеет 16 ячеек памяти и известный нашему читателю тональный набор. Выполненный из ударопрочной пластмассы базовый блок может разместиться на вашем рабочем столе либо крепиться на стене, если со свободным местом на вашем столе проблема.

В г.Минске беспроводные телефоны Panasonic 3910 или Panasonic 3911 по ценам от $130 до $173 можно приобрести в магазинах "Панорама", "Электросервис" (тел.66–56–45) и МКЦ "ЭЛЕКТРОН" (тел.: 26–45–55, 26–46–07).

Переходя к разделу покупок для дома, продолжим рассматривать телевизоры престижной марки SONY. На этот раз — коротко о модели 1994 года, разработанной специально для Европы, — **SONY KVM 2100K**. Этот телевизор с размером экрана 55 см имеет кинескоп Hi-Black Trinitron, выгодно отличающийся своим качеством от всемирно известного, который произвел настоящую революцию в области телевидения, кинескопа Trinitron. Кинескоп Hi-Black Trinitron имеет более черную маску, а следовательно и более четкое и контрастное изображение. Телевизор SONY KVM 2100K воспринимает все системы телевизионного вещания (в том числе NTSC по видеовходу), имеет память настройки на 60 каналов, телевизионный тюнер VSS, унифицированный пульт и многое другое. Достаточно важным свойством данного телевизора является готовность к подключению к кабельной сети (CATV), что дает возможность смотреть коммерческие каналы. Поскольку телевизор SONY 2100K — современный аппарат, то он имеет функцию монитора — вы можете подключить видеоигру, компьютер, любое иное устройство, а также видеоплейеры, видеомагнитофоны и видеокамеры. Стандартные функции всех телевизоров семейства SONY — таймер автоматического выключения (таймер сна), отображение информации на экране телевизора и другие также представлены в этой модели. Современный внешний вид телевизора, исполненный в стиле Elegant Line, органично впишется в интерьер любой квартиры, офиса. Телевизор **SONY KVM 1400K** является уменьшенной копией телевизора SONY 2100K, имеет диагональ экрана 37 см, все аналогичные функции и возможности большого телевизора, гнездо для подключения наушников и выходную звуковую мощность 5 Вт, что достаточно для того, чтобы озвучить не только кухню, но и комнату.

Остается добавить, что произведены обе модели телевизоров в Соединенном Королевстве, соответствуют японским стандартам технологии и английскому качеству и имеют двухгодичную гарантию.

Данные модели телевизоров достаточно широко представлены в магазинах г.Минска: "Радиотехника", Каштан (20–06–55), фирме Алина Интернэшнл Групп (76–87–51) по ценам от $360 (SONY 1400K) и $530 (SONY 2100K) до соответственно $440 и $770.

Будем без чая?

Большинство индийских чайных компаний решили приостановить производство чая на период с ноября по февраль в связи со снижением экспорта и ростом запасов. Рекордные урожаи в течение последних двух лет и снизившиеся закупки со стороны России — крупнейшего заказчика — привели к тому, что в стране произошло затоваривание рынка, а вслед за ним — неизбежное падение цен. Кроме того, запасы в большинстве своем состоят из низкокачественного чая, и специалисты считают, что остановка производства была неизбежна. Согласно консультативному комитету ассоциации плантаторов это решение будет распространяться на важнейшие плантации в восточных и северо-восточных регионах.

Индии, чтобы не иметь излишков, необходимо поставлять за границу по крайней мере 180 — 200 млн. кг чая ежегодно, но в последние два года экспорт не превышает 140 млн. кг в год. После развала Советского Союза, покупавшего около 100 млн. кг в год, экспорт из страны упал не меньше чем на 55 млн. кг. Это привело к 12 — 15%-ому снижению цен на сорта лучшего и среднего качества. Ситуация ухудшилась в этом году, когда плантаторы увеличили производство в надежде на так и не состоявшиеся российские закупки по соглашению о погашении долга. Несмотря на то, что Индия стала продавать больше чая в Великобританию, Ирландию, Нидерланды и Польшу, проблемы с поставками в Иран и Россию остаются нерешенными. В результате к концу сентября цена за килограмм чая CTC (cut, tear and curl) в Калькутте упала до 50,84 рупий против прошлогодних 53,30.

По оценкам торговцев, производство чая в этом году составит 770 млн.кг против прошлогодних 758,01 млн. и внесет свою лепту в увеличение запасов. В прошлом году они пополнились в основном за счет рекордного декабрьского урожая в 43,51 млн. кг, который характеризуется низким качеством. Поэтому основное сокращение производства запланировано именно на конец года.

По словам представителей Чайной палаты, в том, что индийские производители чая сейчас сильно зависят от рынка, есть и положительная черта, ведь в погоне за прибылями они вынуждены повышать качество товара. Кроме того, и на внутреннем рынке, емкость которого в этом году, возможно, увеличится до 585 млн.кг против прошлогодних 578 млн., предпочитают средние и хорошие сорта. Поэтому неудивительно, что производство менее изысканных сортов и декабрьского некачественного чая уменьшилось в текущем году еще до принятия официального соглашения.

Что касается других производителей чая, то с января по август урожай в Шри-Ланке увеличился на 14,9 млн.кг и составил 164,5 млн. кг. Производство в Бангладеш также увеличилось на 1,9 млн.кг — до 31,2 млн. А для Кении этот период из-за неблагоприятной погоды оказался менее удачным, и урожай снизился на 18,4 млн.кг — до 122,9 млн. Индонезия тоже страдает от снижения урожайности. Малавийский же урожай не изменился и равен 28 млн. кг. Мировое производство чая достигло к концу августа 870,3 млн.кг против 864,6 млн. за тот же период прошлого года.

Рейтер

Организуйте свой бизнес



Заснавальнік — ЗАТ "Белбізнеспрэс"
Выдавец — аб'яднаная рэдакцыя часопіса "Чалавек і эканоміка" і "Нацыянальнай эканамічнай газэты"
Галоўны рэдактар Яўген ПАЎЛЮЦЬ

Адрас рэдакцыі: 220048, г.Мінск, пр-т Машэрава, 23, корп. 2.
Тэл.: 23-11-77, 23-63-62 (рэклама), 23-08-44 (бух.), тэл./факс 26-97-86
Рэдакцыя не нясе адказнасці за інфармацыю, якая ўтрымліваецца ў рэкламе і аб'явах.
Рэдакцыя можа не падзяляць думку аўтараў публікацый.

"ГАНДЛЁВАЯ ГАЗЕТА"
Рэдактар Ірына АСМАЛОЎСКАЯ
Індэкс падпіскі 63175

Нумар падпісаны ў друк 7.12.1994 г. Надрукавана ў друкарні выдавецтва "Беларускі Дом друку", пр. Скарыны, 79 Пасведчанне аб рэгістрацыі 938
Газета выходзіць штотыднёва ў чацвер Тыраж 21000 экз. Заказ № 10 П 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 М 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Разліковы рахунак 400467479 у гардырэкцыі Белбізнесбанка г.Мінска, код 764 Кантактныя тэлефоны: 23-11-77, 26-97-86 (факс)